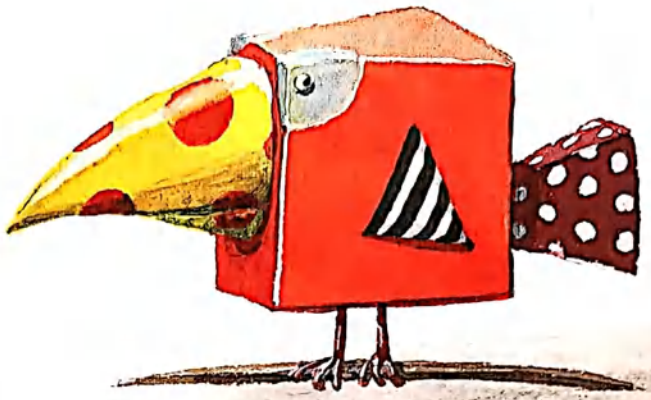
Aja Raden

ADEVĂRUL



DESPRE MINCIUNĂ

„REALITATEA NU ÎNCETEAZĂ SĂ EXISTE
DOAR PENTRU CĂ ESTE IGNORATĂ."

ALDOUS HUXLEY

În 1488, un ucenic în vârstă de 13 ani din atelierul pictorului florentin Domenico Ghirlandaio, un băiat foarte talentat de altfel, a dat de necaz, după ce falsificase o lucrare. Băiatului i se dăduse cu împrumut un desen foarte valoros și foarte vechi, ca să-l studieze. După ce l-a copiat perfect, puștiul s-a abătut de la calea învățată în atelier și a hotărât să-și învechească artificial propriul desen, apelând la fum și la vopseluri de patinare, apropiindu-se perfect de original.

Băiatul a fost atât de încântat de copia pe care o reușise, încât a păstrat originalul și a înapoiat lucrarea lui. Puștiul ar fi scăpat basma curată, dar n-a putut să se abțină și s-a lăudat față de restul ucenicilor cu isprava lui. În cele din urmă, posesorul desenului a prins de veste și i-a cerut lui Domenico Ghirlandaio să-i înapoieze desenul cel vechi, originalul. Când tânărului ucenic i s-a cerut să explice situația și să înapoieze desenul furat, el a arătat desenul pe care-l păstrase, susținând acum că-i mințise pe colegi și că se afla în posesia copiei, *nu* a originalului. Problema a apărut când desenele au fost comparate: nimeni nu a putut să facă diferența între ele. Nici proprietarul, nici maestrul-pictor, nici vreunul dintre experții chemați să determine care era originalul. Niciunul dintre desene nu putea fi declarat categoric că ar fi originalul. (Vedeți așadar cum se ajunge la cele 20% până la 30% de contrafaceri din muzee.)

După nici zece ani, în 1496, fostul ucenic a ajuns să lucreze sub patronajul lui Lorenzo di Pierfrancesco de' Medici. Asemenea multor tineri artiști ai timpului, și el descoperise că bogații erau mult mai înclinați să cumpere capodopere ale Antichității Romane decât lucrări ale renascentiștilor contemporani. Ca atare, ca să câștige un ban în plus, tânărul artist a sculptat o copie perfectă a unei capodopere antice grecești: statuia din marmură *Eros adormit*. Apoi a îngropat-o într-un pământ foarte acid, care a pătat marmura și i-a erodat ușor suprafața, conferindu-i o patină convingătoare, astfel încât statuia să pară recent dezgropată.

Când a văzut falsul, patronul său, De' Medici, a fost atât de impresionat, încât s-a oferit să-l trimită la Baldassarre del Milanese, un negustor de artă destul de dubios, care opera în Roma. Tânărul artist s-a învoit și falsul a fost vândut – în mod fraudulos – ca o capodoperă de mult dispărută și recent redescoperită. Cumpărătorul a fost cardinalul Raffaele Riario, el însuși un patron al artelor și strănepot al papei Sixtus al IV-lea (cel care a construit Capela Sixtină).

Dar știți ce se spune despre doi oameni care trebuie să păstreze un secret: trebuie neapărat ca unul dintre ei să fie mort. Dacă turnătorul a fost îngâmfatul De' Medici, îndrăznețul falsificator sau negustorul dubios, care căuta mereu noi și noi afaceri, n-o să știm niciodată. Cumva lumea a aflat despre escrocherie. Când Vaticanul a prins de veste, cardinalul Riario și-a dat seama că fusese tras pe sfoară. Riario era un personaj puternic și s-a înfuriat peste măsură pe negustorul de artă, Baldassarre. I-a cerut să-i dea banii înapoi și să-i spună numele falsificatorului. Firește că Baldassarre i-a returnat banii imediat și l-a demascat pe tânărul falsificator: acesta era un derbedeu în vârstă de 21 de ani, pe care îl chema Michelangelo.

Aja Raden a studiat istoria antică și fizica la University of Chicago și a fost coordonatoarea diviziei de licitații a faimoasei House of Kahn Estate Jewelers. Timp de peste șapte ani a lucrat ca designer pentru compania de bijuterii fine Tacori, cu sediul la Los Angeles, fiind unul dintre cei mai buni experți în domeniu. Locuiește în Beverly Hills, California.

Aja Raden

ADEVĂRUL DESPRE MINCIUNĂ

traducere din limba engleză de
SÎNZIANA DRAGOŞ şi INES HRISTEA

SAVOIR-VIVRE®

Colecţie coordonată de Dana MOROIU

Aja Raden
THE TRUTH ABOUT LIES
Copyright © 2021 by Aja Raden

© Baroque Books & Arts®, 2021

Imaginea copertei: Irina Dobrescu
Concepţie grafică © Baroque Books & Arts®
Lector: Irina Botezatu Nedelcu

Descrierea CIP a Bibliotecii Naţionale a României
RADEN, AJA
Adevărul despre minciună / Aja Raden;
trad. din lb. engleză de Sînziana Dragoş şi Ines Hristea; - Bucureşti: Baroque Books & Arts, 2021
ISBN 978-606-8977-75-1
I. Dragoş, Sînziana (trad.)
159.9

Tiparul executat de Monitorul Oficial R.A.

Niciun fragment din această lucrare şi nicio componentă grafică nu pot fi reproduse
fără acordul scris al deţinătorului de copyright, conform Legii Dreptului de Autor.

„... Totul trebuie luat pe încredere; adevărul e doar ceea ce se consideră a fi adevărat. Adevărul e moneda de schimb a vieții. În spatele lui s-ar putea să nu existe nimic, dar asta nu contează, atât timp cât adevărul e onorat."

TOM STOPPARD

INTRODUCERE

MONEDA DE SCHIMB A VIEȚII

De ce crezi ceea ce crezi?

Ai fost mințit. Probabil foarte mult. Poate că ai știut asta, poate că n-ai știut. Poate că ai realizat mai târziu. Chestia e că, atunci când ne dăm seama c-am fost înșelați, întotdeauna suntem uluiți. Nu ne vine să credem c-am fost duși de nas. „Ce-a fost în capu' meu? Cum de-am putut să cred asta?"

Ne întrebăm întotdeauna de ce credem minciuna. Dar te-ai gândit vreodată de ce credem *adevărul*?

Oamenii îți spun adevărul tot timpul, iar tu îi crezi; și, dacă la un moment dat, ulterior, ți se confirmă că lucrul pe care l-ai crezut era realmente adevărat, nu te întrebi niciodată de ce ai crezut în lucrul ăla încă din start.

Dar poate că ar fi trebuit să te fi întrebat.

Adevărul e doar ceea ce continuă să existe, indiferent dacă tu crezi sau nu în el. Însă adevărul nu are nimic special. Nu sună diferit de o minciună. Nu e scris cu litere italice. Și-atunci de ce credem că putem să facem diferența între adevăr și minciună?

Adevărul despre minciună e o carte despre înșelătorii celebre, care încearcă să ofere o imagine telescopică a societății văzută prin lentila fenomenelor și a mecanismelor încrederii: de ce mințim, de ce credem și, dacă e cazul, prin ce anume se diferențiază minciuna de adevăr.

Așa cum în conștiința umană colectivă există doar o mână de povești originale, care reprezintă baza tuturor celorlalte povești-variații, tot așa în lume există doar foarte puține minciuni primare și unice. Din acele câteva minciuni originale derivă toate celelalte, care sunt repetate la nesfârșit și prelucrate pentru un public nou. Așa cum a scris cândva economistul american John Kenneth Galbraith, în cartea lui *The Age of Uncertainty*: „Omul care e admirat pentru originalitatea infracțiunii lui aproape întotdeauna nu face altceva decât să redescopere o formă anterioară de fraudă." Până la urmă, oricât de originală ar părea pe moment o minciună, în realitate nu există decât un număr limitat de modalități de a înșela. *Adevărul despre minciună* examinează nouă înșelătorii de bază, analizându-le din mai multe unghiuri. Printre ele se numără: escrocii care le-au pus în operă, minciunile pe care aceștia le-au spus și oamenii care au fost duși de nas.

Fiecare capitol spune povestea scandaloasă a unei înșelătorii clasice și ilustrează mecanismul ei de funcționare, apelând atât la exemple contemporane, cât și istorice. De la povestea cu invazia născocită a marțienilor, care a stârnit o adevărată răscoală nu o dată, ci *de două ori*, până la nebunia modernă a Twitterului; de la escrocheria cu diamante din The Wild West, din 1872, care și-a bătut joc de investitorii cu înalt statut social (inclusiv de Charles Tiffany), iar pe unii i-a transformat și în infractori, până la povestea aceleiași vechi păcăleli, îmbrăcată însă ca o nouă oportunitate investițională și botezată „Obligațiuni cu Garanții Ipotecare", o escrocherie care, în 2008, aproape c-a distrus sistemul bancar mondial.

Cartea aceasta examinează jocurile sau schemele piramidale despre care ați auzit, despre care n-ați auzit și cele în care cu toții ne-am implicat fără să ne dăm seama.

Mai important, fiecare capitol examinează mecanismele încrederii și rolul persistent – și poate fundamental – pe care l-au jucat în istoria umanității acele afaceri „prea bune ca să fie adevărate", bazate pe încredere. Oare povestea încâlcită a uleiului de șarpe, care a stârnit nebunia așa-ziselor „medicamente patentate", producând prima criză a opioidelor din perioada victoriană a Americii și interzicerea lor de către nou-creatul organism numit Food and Drug Administration (FDA, Administrația Alimentelor și Medicamentelor), oare povestea asta a fost legată *realmente* de credulitate sau nu cumva ciudata știință a efectului placebo ne spune mai multe decât ne dăm seama despre biologia încrederii?

Volumul *Adevărul despre minciună* este organizat în trei părți: „Minciunile pe care ni le spunem unii altora", „Minciunile pe care ni le spunem nouă înșine" și „Minciunile pe care cu toții suntem de acord să le credem". Folosind informații și exemple din neurologie, istorie, sociologie și psihologie, *Adevărul despre minciună* analizează relația dintre adevăr și minciună, dintre convingere și credință, dintre înșelătorie și propagandă. Va arăta că unele dintre instituțiile noastre cele mai îndrăgite sunt, de fapt, variante la scară mare ale aceloraşi vechi înșelătorii de proporții și va nuanța imaginea pe care o avem despre mincinosul obișnuit și despre „fraierul" clasic.

Prima mea carte, *Pietre prețioase**, s-a ocupat, în mod evident, de bijuterii, dar, în esență, scopul ei a fost să răspundă la o singură întrebare: de ce oamenii prețuiesc ceea ce

* Volum apărut în limba română la Editura Baroque Books & Arts (n. tr.).

prețuiesc? Cu cât m-am gândit mai mult la asta, cu atât mai multe am început să văd în acele povești. Mi-am dat seama că aproape toate istoriile relatate în volumul *Pietre prețioase* – fie că era vorba despre scandalul iscat de furtul unui colier, fie că era vorba despre o insulă cumpărată cu mărgele din sticlă, fie că era vorba despre invenția inelului de logodnă cu diamant – *aveau la bază o minciună*. Această revelație, combinată cu concluziile la care am ajuns la finalul *Pietrelor prețioase*, cu privire la motivul pentru care oamenii prețuiesc ceea ce prețuiesc, m-a condus direct la *Adevărul despre minciună* și la întrebarea care se află în miezul acestui volum: de ce oamenii cred în ceea ce cred?

Întrebați-vă: de ce sunteți siguri? Putem să începem simplu: să ne referim la fapte sau la realități. De câte fapte sau realități sunteți absolut *siguri*? Probabil că de destul de multe. Știți, de pildă, alfabetul, care sunt capitalele statelor americane, că moleculele de apă sunt compuse din doi atomi de hidrogen legați de un atom de oxigen. De toate astea sunteți siguri.

Știți sigur și că Pământul e rotund, nu-i așa?

Dar cum de sunteți atât de siguri? Cum ați ajuns la această siguranță? În mod cert, nu voi înșivă ați calculat lucrul ăsta. Și probabil că, dacă ați încerca să faceți acum toate calculele, n-ați reuși, fiindcă nici măcar nu știți *ce* calcule geometrice au fost făcute, cu mii de ani în urmă, pentru a se determina acest fapt. Și, chiar dacă ați cunoaște calculele respective, probabil că nu sunteți atât de tari la matematică încât să fiți capabili să le reproduceți. Ideea e însă că eu nu vreau să vă conving că Pământul e plat – sigur că nu e! Ideea e că eu vreau să vă arăt cât de multe adevăruri le luați de bune, fără chiar să vă gândiți de ce le considerați ca fiind autentice. Nu vreau să vă întrebați acum dacă într-adevăr Pământul e rotund; vreau doar să conștientizați că *niciodată nu v-ați întrebat asta*.

Credem orbește în anumite lucruri: pe care le-am învățat, pe care le-am observat sau pe care le-am gândit. Și, odată ce „știm" lucrurile astea, niciodată nu le mai punem la îndoială. Dar adesea credem și că unele lucruri sunt realități, pur și simplu pentru că asta ni s-a spus. Neurologii numesc această tendință „prejudecata de sinceritate". Așa „știm" aproape tot ceea ce știm: *cineva ne-a spus acel lucru*. Sau cineva ne-a arătat acel lucru sau am citit respectivul lucru într-o carte. Și cu toate că prejudecata de sinceritate poate să vă sune ca fiind o prostie mult prea mare ca să fie adevărată*, într-un anume sens, dintr-un anume punct de vedere, ciudat și ocolit, tocmai ea ne face pe toți – ca grup – atât de formidabil de inteligenți.

Fără această tendință de a avea încredere, de a presupune că un lucru e adevărat, de *a crede* pur și simplu, orice ființă umană de pe Pământ s-ar naște și ar trebui s-o pornească de la zero, fără să beneficieze de cunoașterea colectivă a umanității. Această tendință de a crede pur și simplu în adevărul a ceea ce ni se spune sau ni se arată le-a permis oamenilor să construiască mai mult, să vadă mai departe și, prin intermediul inteligenței colective împărtășite, să devină specia dominantă de pe Pământ. Totuși această capacitate vitală, această necesitate de a sta pe umerii giganților și de a accepta informațiile indirecte ca fiind adevărate reprezintă exact cusurul care permite să fim induși în eroare.

Duplicitatea și credulitatea nu sunt aspecte opuse; ele sunt doar fețele aceleiași vechi monede și nu pot să fie „cheltuite" separat. E oare posibil ca în străvechiul miez al umanității să se găsească tocmai capacitatea, prezentă în

---

* Deși, dacă eu știu un lucru cu siguranță, atunci acel lucru e că *nimic* nu e o prostie prea mare ca să nu fie adevărată (n.a.).

fiecare dintre noi, de a crede, dar și de a înșela, e oare posibil ca tocmai această capacitate să reprezinte motorul omenirii? Și e oare posibil ca fără această complexă dualitate să nu existe nici progres, nici coeziune socială și nici capacitatea oamenilor de a colabora unii cu alții?

E oare poate posibil că omul *trebuie* să creadă în anumite minciuni ca să fie capabil să creadă în ceva, orice?

I

MINCIUNI PE CARE NI LE SPUNEM UNII ALTORA

PERCEPȚIA, PERSUASIUNEA ȘI EVOLUȚIA ÎNȘELĂTORIEI

„Selecția naturală poate să fie oricum, numai întâmplătoare nu."

RICHARD DAWKINS

„Când ai cărți câștigătoare, trebuie întotdeauna să joci cinstit."

OSCAR WILDE

Avem tendința să presupunem că minciuna deliberată e un fel de prostie periculoasă, specifică mincinoșilor – poate efectul unei deficiențe mentale sau, mai degrabă, un fel de cusur moral. Dar lucrurile nu stau deloc așa. Cu toții mințim, tot timpul – inclusiv tu.

Înainte să respingi această idee, gândește-te: înșelătoria și evitarea umană nu diferă cu nimic de echivalentul lor animalier – camuflajul, petele și dungile. Farmecul e versiunea umană a aripioarelor dantelate ale peștilor și a penelor de păun. Fie că e vorba despre o insectă filiformă, care s-a adaptat ca să-și înșele dușmanii ascunzându-se printre rămurele, fie că e vorba despre o frumoasă orhidee roz insectivoră (*Hymenopus coronatus*), care stă la pândă să devoreze următorul colibri naiv, sosit în căutare de puțin nectar, efortul de a induce în eroare – de la camuflaj la minciuni creative – reprezintă o cursă evoluționistă a înarmărilor la fel de veche ca viața organică.

Oamenii nu sunt singura specie care minte – nici pe departe! De fapt, orice specie care poate să comunice – verbal sau nonverbal – a descoperit minciuna. Să luăm, de exemplu, orhideea *Cryptostylis*, care s-a adaptat să arate și să miroasă exact ca partea posterioară a orhideei pe bună dreptate numite „Păcălitoarea de viespi". Sau să ne gândim la râma Hawkmoth, care etalează un model care seamănă

cu capul unui șarpe, ca să inducă în eroare și să pună pe fugă orice pasăre care ar putea să se înfrupte din ea.

Înșelătoria e esențială pentru interacțiune, iar instinctul de a perverti sau de a distorsiona uneori realitatea obiectivă, în funcție de propriile noastre nevoi, este esențial pentru comunicare.

În istoria evolutivă a înșelătoriei, limbajul a apărut doar relativ recent, cu miliarde de ani după alte instrumente de bază și mai eficiente ale înșelătoriei. Totuși se dezbate încă dacă nu cumva oamenii n-au dezvoltat limbajul *în mod specific*, deci tocmai cu scopul de a se manipula unii pe alții în maniere noi și mai istețe. Limbajul e așadar doar cea mai recentă inovație dintr-un joc de șah vechi de un miliard de ani. Așa cum a formulat situația Robert Trivers, profesor de antropologie și de științe biologice la Rutgers University: „Cel mai de preț bun al nostru – limbajul – nu doar că ne întărește capacitatea de a minți, dar îi și extinde foarte mult plaja."[1]

Gândiți-vă: când minți cu mirosul tău, cu desenul tău sau cu petalele tale, nu poți să minți decât *cu ceea ce ești* și nu poți să minți decât în legătură cu aici și acum. Dar, dacă minți cu cuvinte, poți să minți în legătură cu orice, poți să minți pe oricine și oriunde; poți să rescrii realitatea din trecut, din prezent și din viitor.

Limbajul uman îi permite minciunii să transcendă spațiul și timpul.

Să înveți să minți este una dintre cele mai timpurii etape ale dezvoltării pe care copilul trebuie s-o parcurgă ca să fie considerat funcțional. Fiindcă, odată ce știm că *există* adevăr, următoarea etapă a dezvoltării normale este să încerci să ascunzi, să distorsionezi sau să înlocuiești acel adevăr. Minciuna este una dintre pietrele noastre de temelie. E o parte importantă nu doar din cine suntem, ci și din *ceea ce* suntem. La oameni, minciuna e o caracteristică, nu un accident.

Primele trei capitole explorează mecanismele minciunii – cum mințim și cum funcționează minciuna –, prin lentila a trei dintre cele mai vechi escrocherii de bază din lume: „minciuna colosală", „alba-neagra" și „minte-l și trage-i preșu'".

Prima, „minciuna colosală", exploatează „teoria minții" altora, prin capacitatea lor intrinsecă de a nu crede, folosind pur și simplu o minciună atât de mare, încât a nu o crede ne-ar pune în pericol *simțul colectiv al realității obiective.* Iar dacă asta e ceva prea curajos – minciuna colosală fiind o înșelătorie pentru cei foarte curajoși –, omul poate totuși să manipuleze percepția *fizică* a țintei; așa cum jocul alba-neagra exploatează deficiențe înrădăcinate ale cogniției noastre perceptive. În cele din urmă, pentru că este firesc să credem ceea ce vedem cu ochii noștri (chiar dacă alba-neagra ne învață că n-ar trebui să facem asta), „minte-l și trage-i preșu'" permite ca unele dovezi reale să denatureze adevărul, făcând ca victima să creadă orice vrei tu.

Înșelătoria e un instrument evolutiv ca oricare altul. Indiferent dacă ești mincinosul sau păcălitul, tu acționezi în baza instinctelor, a proceselor cognitive și a abilităților dezvoltate pe parcursul a miliarde de ani. Examinând aceste trei înșelătorii de bază, vom explora nu doar mecanismele înșelătoriei sau cum funcționează realmente minciuna, dar și *de ce* ea funcționează, plecând funcția ei evolutivă și de la forma ei și ajungând la ceea ce ea ne relevă despre noi înșine. Partea I, *Minciuni pe care ni le spunem unii altora,* examinează mecanismele minciunii, evoluția înșelătoriei și pune întrebarea: *cum spui o minciună?*

Și acum, relaxați-vă: ați fost literalmente *născuți* să mințiți.

1

CEL MAI VECHI TRUC DIN LUME

Credulitatea, duplicitatea și cum să spui o minciună groasă

„Adesea imposibilul are un fel de integritate care improbabilului îi lipsește."

DOUGLAS ADAMS

„Marea masă de oameni va cădea mai ușor victimă unei minciuni mari decât uneia mici."

ADOLF HITLER

MINCIUNA CEA MARE

La capitolul înșelătorii, asta are încă rotițe ajutătoare. Minciuna cea mare înseamnă să afirmi cu totală siguranță ceva imposibil de crezut. Înseamnă, pur și simplu, să spui o minciună groasă. În mod ciudat, lumea tinde să te creadă mai ușor când minți că ai o insulă decât atunci când spui

că ai o barcă. Și nici nu trebuie să speri că ținta ta e „în moarte cerebrală" – o doză sănătoasă de scepticism e *de dorit*. Minciuna colosală funcționează în tandem cu încrederea noastră în adevăr, nu în opoziție cu ea: succesul ei se bazează pe înțelegerea și pe credința oamenilor în realitatea obiectivă comună.

UN ÎNCEPUT MODEST

„Minciuna colosală" e, de fapt, cea mai simplă escrocherie. Pur și simplu, spui sau, mai bine zis, vinzi o minciună colosală, cu adevărat gogonată[1]. De exemplu: „Am un teren pe Marte și vând parcele în sistem de coproprietate." Înșelătoria funcționează exclusiv pe baza faptului că niciun om în toate mințile n-ar putea să creadă că un alt om ar minți atât de flagrant în legătură cu așa ceva. Oricât de multe bănuieli ar putea să stârnească povestea asta, pare mai greu de crezut că o persoană ar putea s-o inventeze și să se aștepte ca alții s-o creadă. Însă, cel mai adesea, *oamenii o cred*.

Forța minciunii colosale rezidă în îndrăzneala ei.

Ca să funcționeze, oamenii au nevoie de o perspectivă comună asupra realității – de exemplu: dacă dai drumul din mână unei mingi, ea cade, deci se deplasează în jos, nu în sus. La rândul lui, timpul curge înainte, nu înapoi. În cele mai multe cazuri, lucrurile sunt așa cum par (ude, solide, frânte etc.). Mincinoșii sunt oameni răi, iar oamenii nebuni par nebuni. Cu toții credem în lucrurile astea, iar credința noastră în realitatea obiectivă universală e necesară, chiar dacă nu întotdeauna e și corectă. Până la urmă însă, ea ne face mai mult bine decât rău, totuși adevărul rămâne neschimbat: credința într-o realitate obiectivă împărtășită poate să fie exploatată *doar prin minciuni flagrante*.

Vom mai discuta în acest capitol despre ce anume creează acest tipar împărtășit de noi toți și această așteptare pe care o numim „realitate", cum de ajungem la ea și de ce avem nevoie ca ea să funcționeze, ca să nu mai spunem că avem nevoie să credem în ea, pentru că altfel n-am mai crede în absolut nimic. Deocamdată însă, cel mai important este să ținem minte următorul lucru: cu cât aderăm mai strâns la foarte normala și foarte necesara idee a unei realități obiective comune, *cu atât mai predispuși suntem la pervertirea ei.*

VREȚI SĂ AUZIȚI O MINCIUNĂ GROASĂ RĂU?

Gregor MacGregor era șarmantul și chipeșul moștenitor al unei vechi și nobile familii din Glengyle, Scoția. Însă, la fel ca multe alte familii vechi și nobile, clanul MacGregor cunoscuse și vremuri mai bune. În perioada în care s-a născut Gregor, membrii familiei lui ajunseseră să-și câștige traiul ca negustori. Așadar, asemenea multor aristocrați scăpătați, Gregor a intrat în armată și a pornit prin lume să-și caute averea și gloria.

Mai ales averea.

Din păcate, tânărul MacGregor și-a dat curând seama că, în calitatea lui de ofițer al Marinei Regale, nu prea putea să facă nici avere, nici să ajungă la glorie. Așa că în 1811 a părăsit armata și a navigat până în America de Sud, ca să lupte sub comanda legendarului Simón Bolívar, El Libertador, în războiul venezuelean de independență, purtat împotriva Spaniei. Bolívar l-a angajat pe MacGregor, probabil în baza dosarului său din Marina Regală sau, și mai probabil, în baza a ceea ce scoțianul *a pretins* că era dosarul lui din Marina Regală. În 1811 era mult mai dificil să verifici CV-urile oamenilor.

Deși nu era nici un bun soldat, nici un bun lider (se spune că uneori era foarte priceput la fugă, întrucât în mai multe situații grave își abandonase oamenii și salvase doar propria piele), MacGregor era șarmant, îndrăzneț și flamboaiant. Curând și-a făcut un nume în America de Sud și a urcat treptele ierarhice. A ajuns atât de sus, încât a reușit chiar să se însoare cu fiica lui Bolívar. Neavând însă nicio ideologie clară și nici urmă de loialitate, scoțianul a părăsit La Revolucion și a pornit să lupte în tot felul de alte conflicte din regiune. Până în 1820 descoperise deja conceptul de „plata-și-crima", astfel că s-a angajat ca mercenar într-o expediție pornită împotriva unei așezări spaniole numită Portobello, așezare aflată pe Coasta Mosquito din Panama.

Acolo, a susținut el, ar fi descoperit paradisul neatins al tărâmului Poyais, o țară necunoscută, fondată chiar de el, poziționată pe coasta caraibiană, lângă ceea ce azi sunt Nicaragua și Honduras. Deși coasta Mosquito* sună foarte „insectivor", ea a fost de fapt botezată după amerindienii Miskito, care au dominat respectiva regiune. În vreme ce termenul „mosquito" derivă din spaniolul „mosca", adică „muscă". „Mosquito" înseamnă „muscă minusculă". Faptul că regatul Miskito era cotropit de țânțari e doar una dintre acele coincidențe înfricoșătoare care te fac să te întrebi dacă nu cumva retrocauzalitatea e chiar atât de improbabilă.

Înțelegând potențialul acestei lumi *noi* minunate și idilice, MacGregor l-a convins pe potentatul local (după ce l-a îmbătat bine) să-i cedeze 20 117 kilometri pătrați de teritoriu, de-a lungul Râului Negru, din Honduras, și să-l recunoască oficial pe el, Gregor MacGregor, ca Gregor I, cazicul (prinț) de Poyais[2]. Sau, foarte posibil, MacGregor

---

* În limba engleză, țânțar (n. red.).

s-a numit singur cazic de Poyais. Varianta a doua pare a fi ceva mai probabilă, dar adevărul nu-l știe cu siguranță nimeni, întrucât unul dintre cei doi bărbați implicați în poveste era atât de beat că habar nu mai avea pe ce lume era, iar celălalt era un mincinos de anvergură. În orice caz, în octombrie 1822, după peste zece bătălii și călătorii prin junglele din America de Sud, Gregor MacGregor s-a întors în Anglia din acest paradis nou descoperit. Dar nu s-a întors ca un simplu soldat și nici chiar ca erou decorat de război; MacGregor a revenit în Londra ca Gregor I, prințul națiunii caraibiene Poyais[3].

PARADISUL DESCOPERIT

Imediat după întoarcerea în Londra, în octombrie 1822, Gregor MacGregor a inițiat o uriașă campanie de presă, prin care să-i educe pe oameni în legătură cu Poyais. A publicat articole despre Poyais în ziare respectabile, descriind splendorile nealterate ale țării și abundentele ei resurse naturale. Textele erau însoțite de ilustrații detaliate, pe care MacGregor pretindea că le adusese el însuși direct din Poyais. Imaginile arătau un teritoriu puțin mai mare decât cel al Țării Galilor, înzestrat cu ape curate și cu un pământ fertil, numai bun pentru agricultură. În Poyais erau păduri dese pline cu vânat și alte plante și animale exotice. Albiile râurilor erau înțesate cu bucăți de aur, dar în țara cea nouă existau și numeroase alte resurse naturale, inclusiv pietre prețioase, toate putând să fie culese și exploatate[4].

MacGregor a adus cu el chiar și un băștinaș din Poyais, pe care l-a numit ambasador, o copie a Constituției din Poyais, dar și documentele prin care demonstra că teritoriul respectiv îi aparținea și că fusese proclamat cazic.

Scoțianul susținea că băștinașii erau prietenoși, că orașele din Poyais debordau de tot ceea ce însemna cultură, că pământul era excelent pentru exploatare, iar țara era pregătită să intre sub dominația unui conducător creștin – o idee deosebit de atrăgătoare pentru Scoția lui natală, care nu avea colonii proprii.

Dacă existau persoane care doreau și o altă sursă de informare, MacGregor îi trimitea la o întreagă carte despre Poyais, o carte scrisă și publicată de un anume căpitan Thomas Strangeways și care purta titlul *Schiță a coastei Mosquito, inclusiv Teritoriul Poyais**. Relatarea căpitanului confirma povestirile fantastice ale lui MacGregor și dădea chiar mai multe detalii despre Poyais, tărâmul abundenței, debordând de resurse naturale niciodată exploatate. Cel mai promițător era că volumul lui Strangeways descria o țară cu o vară nesfârșită și cu recolte trianuale, cu o climă tropicală atât de caldă și de plăcută, încât fructele cădeau literalmente din copaci pe tot parcursul anului – în mod remarcabil, clima nu era și fierbinte sau umedă, astfel încât să invite roiuri de insecte pișcătoare și boli tropicale, de care europenii învățaseră să se teamă.

Pe lângă potențialul aproape incredibil pentru agricultură și pentru prospecțiuni miniere și pe lângă posibilitatea de a sta întins pe o plajă și de a mânca fructe tropicale, în Poyais existau și oportunități urbane, întrucât țara avea deja o capitală, numită Saint Joseph – un oraș micuț, dar complet occidental, cu drumuri, case, clădiri publice, o bancă, un serviciu civil, ba chiar și cu o operă[5]. Așadar, dacă nici agricultura, nici mineritul (nici trândăveala) nu

---

* În realitate, volumul *Schiță a coastei Mosquito, inclusiv Teritoriul Poyais* nu doar că a fost publicat de Gregor MacGregor, dar a și fost scris tot de el. Căpitanul Strangeways a existat doar ca pseudonim, cel mai evident dintre toate pseudonimele adoptate vreodată în derâdere (n.a.).

te atrăgeau, atunci, în calitate de colonist, aveai acces la destule alte tipuri de muncă și de oportunități comerciale. Cu atât mai mult cu cât Saint Joseph se lăuda cu un port cu apă adâncă, perfect pentru vasele comerciale care puteau să vină și să plece fără probleme, astfel încât să susțină dezvoltarea unor numeroase tipuri de întreprinderi negustorești transatlantice.

Datorită climei, datorită resurselor naturale și datorită forței de muncă disponibile din abundență, sub formă de „poyeri" – „poyerii" fiind băștinașii incredibil de prietenoși și legendar de muncitori[6], țara aceasta dădea ocazia tuturor să facă averi nemăsurate. „Poyerii" erau atât de numeroși, încât puteau să construiască un întreg oraș european, să susțină un întreg serviciu civil și o mică armată și, în general, să facă orice altceva ar fi fost necesar; dar, în același timp, nu erau atât de mulți încât să ocupe prea mult loc, nu aveau în proprietate pământ și, în general, nu stăteau în calea nimănui. În esență, „poyerii" erau băștinașii lui Schrödinger. Și erau atât de încântați de ideea că niște coloniști albi aveau să vină să le ocupe țara și să-i angajeze, încât, pasămite, scriseseră chiar și o proclamație prin care să le ureze albilor bun venit.

SINCERITATE, AUTORITATE ȘI ALTE PRETENȚII DISCUTABILE

Toate astea sună prea bine ca să fi fost adevărate? Păi, da, asta și era realitatea. Ideea că Poyais era perfectă din toate punctele de vedere și ideea că s-au găsit oameni care să creadă povestea lui MacGregor, chiar și preț de-o secundă, sună ca o prostie cât casa – acum! Însă oamenii sunt setați, la bază, să accepte realitatea care le-a fost prezentată.

Iar setarea e atât de adânc înrădăcinată, încât acea mică „anomalie", numită prejudecata de sinceritate, reprezintă una dintre cele douăsprezece prejudecăți cognitive de bază. Prejudecățile cognitive sunt erori sistematice de cogniție, care apar în procesarea și în descifrarea informațiilor pe care le obținem din lumea înconjurătoare. Ele nu sunt însă greșeli sau aberații logice; sunt limitări, adânc înrădăcinate, în procesul nostru de gândire. Prejudecata de sinceritate este, în esență, exact ceea ce sună a fi; o metodă euristică (un soi de scurtătură mintală pe care o ia creierul nostru) datorită căreia acceptăm ca adevărată orice informație pe care o primim, dacă simultan nu ni se prezintă și o informație evident contradictorie. De exemplu, dacă întrebi o persoană ce oră e, iar persoana respectivă se uită la ceas și-ți spune că e ora 15:00, tu o crezi. Nu ai reflexul de a te întreba dacă persoana în cauză te minte sau dacă nu cumva are ceasul stricat. Nu pui la îndoială informația obținută decât dacă afară e prea întuneric pentru ora 15:00 sau dacă nu există vreun alt motiv pentru care să suspectezi că persoana în cauză vrea să te inducă în eroare, ca să întârzii.

Deși prejudecățile cognitive tind să ne afecteze grav judecata, în unele situații, ele există dintr-un motiv întemeiat. Psihologii sociali consideră că prejudecățile cognitive nu au rolul să ne dea peste cap, ci, din contră, să ne ajute să procesăm informațiile mai eficient. Prejudecata de sinceritate ne face vulnerabili la a fi trași pe sfoară, însă, cantitativ vorbind, vasta majoritate a informațiilor pe care le primim *chiar sunt adevărate*. Lipsa reflexului de a pune la îndoială adevărul lor în fiecare milisecundă a vieții este o capacitate neurologică valoroasă, o scurtătură care ne permite să funcționăm și să învățăm. Mai mult, obligându-ne să acceptăm ca adevărată orice informație care ne e furnizată de semeni, prejudecata de sinceritate se constituie într-o parte extrem de importantă din ceea ce ne creează modelul

comun de realitate, model care stă la baza așteptărilor și judecăților noastre.

Gândiți-vă: dacă v-aș spune că anul ăsta va fi lansată o rachetă comercială, care va duce un lot de clienți plătitori pe Lună, m-ați crede? Probabil că da; fiindcă oamenii cred în realitatea care le e prezentată și e comună. Chestii aproape la fel de absurde se întâmplă, în fiecare an, în domeniul aeronauticii. De pildă, acum câțiva ani, un tip a lansat „în spațiu" o decapotabilă roșie, la bordul căreia „urla" unul dintre albumele lui David Bowie, și a făcut asta fără să fi avut niciun motiv aparent. În urmă cu șaptezeci de ani, bunicile voastre n-ar fi crezut istoria cu naveta comercială lansată către Lună. Nici mamele voastre n-ar fi crezut-o, cu doar patruzeci de ani în urmă. Dar voi și eu am fi putut s-o credem. Fiindcă majoritatea dintre noi am trăit în epoca de după aselenizarea omului pe Lună, de după inaugurarea stațiilor spațiale, de după lansarea SpaceX. Epoca spațială și potențiala comercializare a călătoriilor spațiale constituie realitatea care ne-a fost prezentată pe parcursul întregii noastre existențe.

Ținând cont de asta, povestea cu Poyais încă vă mai sună prea bună ca să fie adevărată?

Da! Pe de altă parte, *prea bun ca să fie adevărat suna și restul Lumii Noi.* Aceea era epoca în care imperiile se construiau prin capturarea de teritorii străine, prin luarea cu japca a unor pământuri noi – fiindcă pretențiile teritoriale nu aveau aproape niciun fundament – și prin furtul unor bogății inimaginabile. India, cu palatele ei din aur strălucitor și cu pietrele ei prețioase uriașe, era reală. Orientul Apropiat, cu oceanele lui de nisip și cu orașele lui antice din piatră, era real. Australia, cu flora ei exotică și cu fauna ei bizară, era reală. Atunci de ce Poyais n-ar fi fost un loc real?

O poveste ca aceea despre bogățiile și natura idilică din Poyais, un teritoriu „revendicat" de MacGregor, n-ar fi

fost complet de necrezut în anii 1820, deci, practic, la apogeul colonialismului britanic. Într-o măsură mai mare sau mai mică, istoria asta reflecta realitatea secolului al XVIII-lea și a celei de la începutul secolului al XIX-lea. Nu era un fapt fără precedent să declari că un pământ îndepărtat și ciudat și plin de bani era disponibil pentru oricine voia. Se mai auzise de europeni care descoperiseră din întâmplare astfel de locuri.

În acest context, povestea lui MacGregor pare de-a dreptul rezonabilă.

Prin urmare, când Gregor MacGregor s-a întors în Londra, s-a prezentat ca Înălțimea Sa Gregor I, Cazic de Poyais, și a declarat lumii că el era proaspăt „instauratul" prinț al unui paradis din America de Sud, despre care nimeni nu mai auzise și pe care nimeni nu-l mai văzuse până atunci, cei mai mulți dintre semenii săi I-au crezut – ba chiar s-au arătat dornici să afle mai multe despre acea țară nouă. La situația asta a contribuit și faptul că britanicii își pierduseră coloniile nord-americane cu doar vreo patruzeci de ani înainte și că, din acest motiv, voiau cu disperare să pună mâna pe alte proprietăți americane. Totuși fețele regale și aristocrații londonezi au acceptat povestea lui MacGregor uimitor de repede și de ușor[7]. Însă, odată ce clasa superioară londoneză a dat semnalul că *ea* credea în tot ceea ce susținea MacGregor, restul societății britanice respectabile i s-a alăturat cât ai clipi, fiind urmată repejor și de oamenii de rând din Anglia și din Scoția, fiecare strat al societății fiind influențat de încrederea arătată de stratul superior.

În mintea noastră există multe ciudățenii care explică, atât din punct de vedere neurologic, cât și psihologic, de ce apare acest tip eroare în cascadă din procesul de gândire de bază. Apoi o altă prejudecată cognitivă, numită prejudecata de autoritate, descrie tendința sau predispoziția noastră de a avea încredere în oamenii pe care îi considerăm

a avea o anume autoritate, *indiferent de tipul ei*, dar care să fie superioară autorității noastre – inclusiv doar un statut social mai înalt. În esență, noi, oamenii, suntem setați să avem încredere ori să ne încredem în semenii „superiori". Prejudecata de autoritate este un factor primar în procesul care ne determină să ne conformăm sau să urmăm ordinele emise de figuri cu autoritate percepută – chiar și când simțim că e posibil ca respectivele persoane să se înșele, să nu aibă dreptate.

Întâiul experiment realizat pentru demonstrarea prejudecății de autoritate a fost „experimentul de obediență Milgram", conceput în 1961 de profesorul de psihologie Stanley Milgram, de la Yale University[8]. Azi, el e considerat standardul de aur în ceea ce privește categoria experimentelor psihologice lipsite de etică. În cursul experimentului Milgram, care, în mod fals, le-a fost descris participanților ca „un experiment de învățare și memorie", perechi de voluntari se supuneau unii pe ceilalți la diverse teste. În fiecare pereche, un participant îl testa pe celălalt participant, pe „învățăcel". De fiecare dată când învățăcelul dădea un răspuns greșit, subiectului i se ordona să-i administreze învățăcelului un șoc electric din ce în ce mai dureros și potențial mai periculos. Subiectul începea cu un șoc electric de 15 volți („un șoc ușor") și, progresiv, creștea pedeapsa până la 450 de volți („pericol: șoc sever").

Țelul experimentului de obediență Milgram nu a fost să-i omoare pe voluntari prin electrocutare, ci să determine dacă și pentru cât timp subiecții puteau să fie obligați să se supună ordinelor, în absența oricărei potențiale recompense și fără a fi amenințați cu vreo pedeapsă aplicabilă lor înșiși[9]. Oare aveau să execute ordinele, deși considerau că acțiunea lor era incorectă – și oarecum sadică? Oare aveau să continue cu administrarea șocurilor electrice chiar și când celălalt voluntar avea să le ceară să înceteze, chiar și când

celălalt voluntar avea *să-i implore* să înceteze, chiar și când celălalt voluntar avea să se sperie și să le comunice subiecților că suferea de o boală de inimă sau chiar și când, după ce îi implorase și urlase de durere, celălalt voluntar avea să tacă, brusc și alarmant? Oare subiecții aveau să continue să administreze șocurile electrice, *doar pentru că* persoana care conducea experimentul le spunea să facă asta?

Deprimantul răspuns la toate aceste întrebări a fost „da".

Majoritatea participanților au continuat să administreze șocurile electrice, pur și simplu fiindcă se simțeau obligați de autoritatea percepută a persoanei care conducea experimentul. Mai exact, 65% dintre subiecți au dus experimentul până la capăt, chiar și după ce partenerul a încetat să-i mai implore și a amuțit. Atât de mare este forța prejudecății de autoritate în raport cu conștiința umană! Abia după încheierea experimentului, subiecților li s-a comunicat că partenerii lor nu doar că erau în regulă, dar chiar jucaseră un rol, întrucât șocurile electrice nu fuseseră reale[10].

Încă și mai ciudat este că noi, oamenii, ne supunem opiniilor și directivelor figurilor cu autoritate percepută chiar și când autoritatea lor *nu are nicio legătură cu subiectul ori situația în cauză*. De exemplu, e mult mai probabil să-l crezi pe un doctor care-ți spune că ești bolnav, decât pe un prieten care-ți spune același lucru. Ceea ce e logic: suntem setați ca, în general, să avem încredere ori să ne încredem în persoanele pe care le considerăm a fi figuri cu autoritate. Dar și mai interesant este că e mai probabil să-l crezi pe doctor, decât pe prieten, dacă doctorul se apucă să-ți spună cum să-ți programezi calculatorul mașinii; chiar dacă știi că doctorul nu se pricepe absolut deloc la programarea calculatorului. Același proces intră în acțiune și în cazul politicienilor sau al „experților" de orice fel – chiar și în cazul celebrităților. Inconștient, presupunem că aceste persoane sunt mai bine informate decât noi și, din acest

motiv, suntem mai înclinați să luăm de bun orice ne spun ele. De-asta reclama de produs realizată de vedete este atât de valoroasă pentru companii și atât de lucrativă pentru celebrități: omul e setat să creadă că o actriță faimoasă chiar știe care suc de fructe previne îmbătrânirea sau că muzicianul lui preferat chiar știe care organizații de caritate sunt oneste. N-avem niciun motiv să credem în aceste persoane, dar credem în ele întrucât creierul nostru a luat-o pe-o scurtătură.

Ca toate metodele euristice, prejudecata de autoritate ne este utilă – individual, dar și ca grup de oameni care cooperează între ei: nu e nevoie să știm totul despre profesorul de matematici ca să-l credem când ne explică diviziunea lungă din aritmetică. În același timp însă, prejudecata de autoritate e o eroare cognitivă care poate să determine efecte nedorite – așa cum s-a dovedit prin experimentul Milgram – sau de care pot să profite „actori" cu intenții reprobabile. Faptul că aristocrații din Anglia și Scoția au crezut în minciuna groasă livrată de Înălțimea Sa Gregor I, Cazicul de Poyais, iar apoi, ca piesele de domino, întreaga scară economică și socială a căzut în plasa aceleiași minciuni nu e așadar nici absurd, nici imposibil de înțeles; din contră, era previzibil și reprezintă dovada că indubitabil creierii tuturor celor trași pe sfoară funcționau normal.

INFRACȚIUNILE SUNT RENTABILE, IAR PROFITUL SE PREZINTĂ ADESEA SUB FORMĂ DE CASH

Poyais era un pământ bogat în literalmente toate cele, mai puțin în stăpâni-coloniști albi și creștini – și în ceva bani pentru investițiile inițiale. Ca atare, a fost de înțeles că MacGregor căuta acum capital investițional, pentru dezvoltarea insulei, și coloniști care să se mute acolo.

A început prin a călători prin toată Anglia cu un anturaj foarte dramatic și colorat de băștinași, cu toții absolut civilizați, dar încă încântător de exotici. A vorbit despre Poyais în public și în particular; a dat interviuri și a arătat tot felul de artefacte, printre care mostre, schițe și alte materiale scrise, pe care le adusese cu el din Poyais. Finalmente, când publicul nu mai avea răbdare, a încetat să-și mai vândă regatul metaforic și a început să-l vândă faptic. Și toți acei creieri care funcționau normal au înnebunit după Poyais.

În scurt timp, primarul Londrei a și organizat un banchet în onoarea lui MacGregor. Unul dintre clienți i-a instalat pe MacGregor și pe soția lui pe un domeniu luxos situat undeva, într-o zonă rurală. Scoțianul devenise deja vedeta societății elitiste londoneze când regele George al IV-lea l-a înnobilat cu titlul de cavaler – lucru pe care suveranul l-a făcut mai mult ca să se asigure că MacGregor avea să mențină Poyaisul (un teritoriu foarte prețios) ca o colonie britanică loială.

Odată ce regele l-a făcut *Sir* Gregor MacGregor, întreprinzătorul, el însuși o figură cu autoritate cât se poate de legitimă, n-a mai avut nicio problemă în a obține un împrumut în valoare de 200 000 de lire sterline de la prestigioasa bancă Sir John Perring & Co. și în a inunda piața cu acțiuni prin care cei interesați puteau să ia parte la „aventura Poyais"[11]. Aceasta e o parte importantă din sistemul de funcționare a „minciunii celei mari": fiecare minciună mai mică, crezută anterior, construiește temelia următoarei minciuni, care devine astfel mai credibilă.

Curând, Sir Gregor a inaugurat și birourile legației poyaisiene din Londra. Apoi și pe cele din Edinburgh, Stirling și Glasgow. Din toate aceste locuri începând să le vândă celor dornici să devină coloniști terenuri poyaisiene. De asemenea, le-a vândut domenii unor numeroși aristocrați britanici și scoțieni. Și, în plus, le-a vândut aceleași

tipuri de domenii, *precum și* titlurile nobiliare asortate unor numeroși oameni de rând, adică persoane din afara aristocrației, dar pline de bani, care visau să urce pe scara socială, în Lumea Nouă. MacGregor le-a vândut plantații vaste celor care râvneau să devină clasa superioară din Poyais și ferme mai modeste, de doar o sută de acri, coloniștilor de clasă medie[12]. În calitatea sa de unic potentat din Poyais, scoțianul a vândut și poziții sociale și profesionale în noua sa lume; investitorul avut, dar nu tocmai aristocrat, putea să cumpere orice, de la postul de important oficial guvernamental până la ranguri înalte în armata poyaisiană. Comerciantului întreprinzător sau afaceristului-investitor MacGregor îi vindea monopolul din diversele industrii sau domenii comerciale.

Nu în ultimul rând, MacGregor *a vândut bani*; adică a facilitat schimbul valutar al unor sume uriașe de lire sterline în moneda oficială din Poyais*. În fond, ce rost ar fi avut lirele sterline în Lumea Nouă și mai ales într-o țară ca Poyais, care, datorită lui MacGregor, avea nu doar bănci și bancheri, ci și propriile bancnote și monede, recunoscute oficial? Dacă intenționau să-și construiască o viață acolo, coloniștii urmau să aibă nevoie de bani, așa că era de dorit să scape cât mai curând de bancnotele britanice, care aveau să-și piardă orice valoare, odată ajunși în Poyais. Tocmai această logică i-a îndemnat pe sute de viitori coloniști să-și schimbe toți banii, până la ultimul penny, pe bancnotele poyaisiene, pe care urmau să le utilizeze în noua lor țară.

MacGregor a reușit să adune coloniști cât să umple șapte corăbii uriașe. Oamenii abia așteptau să părăsească

---

* Bancnote pe care le-a imprimat el însuși în Scoția natală, trăgându-l pe sfoară pe conducătorul țării (n.a.).

Anglia și s-o pornească spre Lumea Nouă – tocmai ce-și cheltuiseră sau își schimbaseră întreaga avere ca să înceapă o viață nouă în de-acum celebrul paradis al Înălțimii Sale Gregor I. În septembrie 1822 și în ianuarie 1823, primele două nave, *Honduras Packet* și *The Kennersley Castle*, au ridicat ancora cu destinația Poyais, având la bord sute de pasageri. Iar alte câteva corăbii începuseră deja să se umple cu pasageri valoroși, care se pregăteau să navigheze spre Poyais.

Până în 1823, pe parcursul unui an și jumătate, MacGregor a strâns peste 200 000 de lire sterline în bani cash și a ridicat valoarea de piață a acțiunilor Poyais la 1,3 milioane de lire sterline, adică la circa 3,6 miliarde de lire sterline (sau 4,6 miliarde de dolari) în banii din prezent. Personal, a strâns o avere de mai multe sute de mii de lire sterline, chiar înainte ca prima corabie să ridice ancora.

Când, în sfârșit, *Honduras Packet* a ajuns din nou la un țărm, coloniștii nu aveau nici cea mai vagă idee unde se aflau, dar erau siguri nu debarcaseră în Poyais.

Și-au spus că vasul îi dusese din greșeală în altă parte, fiindcă acolo unde ajunseseră nu existau nici orașe, nici resurse prețioase, nici teren arabil și nici măcar hrană comestibilă. Și nici băștinași prietenoși care să-i întâmpine nu existau. De fapt, nu se vedea nici urmă de vreun locuitor, întrucât și clima fusese tot o minciună; pe acea zonă de coastă nu exista decât o junglă fierbinte, mlăștinoasă, plină cu țânțari, atât de neprimitoare încât până și azi ea a rămas în mare măsură neatinsă de om.

Coloniștii s-au chinuit să-și construiască niște adăposturi din bețe și pământ umed și să găsească o sursă de apă dulce, însă cei mai mulți dintre ei au murit de foame, de căldură și din cauza unor boli tropicale, precum febra galbenă și malaria, pe acel țărm izolat, periculos și, în esență, pustiu de pe Coasta Mosquito. Un mic grup de supraviețuitori a

fost salvat de o corabie britanică care naviga dinspre apropiata colonie a Belizelor. Nava i-a dus înapoi în Londra și abia atunci a fost revelat dezastrul. Gregor MacGregor nu doar că exagerase virtuțile Poyaisului și nu doar că mințise în privința dreptului său de proprietate și a autorității sale; *pur și simplu, el inventase o întreagă țară.*

Căci Poyaisul nu existase niciodată.

TEORIA MINȚII ȘI MINCIUNA COLOSALĂ

Să inventezi o prietenă care locuiește în Canada e una. Dar cine inventează *însăși Canada?* Probabil că răspunsul la care vă gândiți e: un nebun. Ceea ce, într-o anume măsură, e adevărat. Cel puțin, *așa credem noi.* Prin urmare, dacă o persoană e aparent în toate mințile și vorbește despre existența unui ținut frumos, pe care nimeni nu l-a văzut și de care nimeni nu a auzit, *e mult mai probabil ca oamenii s-o creadă decât să n-o creadă.*

Un gând șocant, ba chiar și înspăimântător. Situația asta arată cât de ușor pot să fie exploatate propriile noastre credințe și idei preconcepute ca să fim înșelați – de exemplu, ideea că doar un nebun ar minți despre ceva atât de enorm (și demonstrabil adevărat ori fals) ca o întreagă țară.

Minciuna cea Mare sau Minciuna Colosală se bazează pe incapacitatea noastră de a crede în posibilitatea că atât de multe dintre presupunerile noastre de bază, cu privire la realitatea obiectivă, ar putea să fie greșite. Minciuna Colosală se bazează pe această incapacitate cu mult mai mult decât pe credința noastră în ideea mincinoasă. Acesta e motivul pentru care Minciuna Colosală nu trebuie să fie convingătoare. De fapt, cu cât mai groasă și mai absurdă – și mai puțin credibilă – e minciuna, cu atât mai mult ea ne întărește instinctul sau credința de bază că nimeni nu ar

minți despre ceva atât de evident ridicol. Dar de unde ne „culegem" noi aceste credințe legate de realitatea obiectivă și cum știm că toate sunt la fel?

Domeniul neuroștiinței sociale, aflat în plină dezvoltare, a apărut în urmă cu circa treizeci și cinci de ani, cu formularea a ceea ce se numește „teoria minții". Termenul în sine a fost utilizat întâia dată de psihologul american David Premack, în cursul unui experiment de-acum celebru, care l-a avut ca subiect pe cimpanzeul Sarah și care urmărea să demonstreze dacă Sarah avea conștiință de sine. Experimentul s-a numit „testul oglindă" și a început prin modificarea aspectului lui Sarah de către echipa lui Premack: cercetătorii i-au aplicat pe frunte un punctuleț roșu. Apoi au așezat-o pe Sarah în fața unei oglinzi. În loc să creadă că vedea un alt cimpanzeu, cu un alt aspect și să încerce să-l alunge pe intrus, Sarah s-a apropiat de oglindă și și-a privit cu multă atenție imaginea reflectată. Apoi a ridicat mâna către *propria ei frunte*, nu către oglindă, și-a atins fruntea, după care a încercat să-și găsească și să-și șteargă cu degetele punctulețul roșu care nu avea ce să caute acolo. Făcând aceste gesturi, Sarah a demonstrat că-și recunoștea propria reflexie (și că știa că *avea* o reflexie), că înțelegea că era un individ de sine stătător și că sesizase ceva nelalocul lui.

Așadar Sarah a trecut cu brio testul „știi că exiști?".

De atunci însă, formula „teoria minții" a căpătat amplitudine, astfel încât să descrie capacitatea individului de a folosi conștiința de sine (hei, în oglindă sunt chiar eu!) și simțul realității obiective (am o porcărie mică pe frunte!) ca să înțeleagă, în primul rând, că el sau ea nu doar că există ca individ, la fel ca Sarah, dar și că el sau ea are percepții individuale, gânduri, sentimente și credințe individuale, care pot să determine ori să prevadă reacțiile la informații; și, în al doilea rând, că *alte persoane* au, la rândul

lor, percepții individuale, gânduri, sentimente și credințe individuale, care, în mod similar, creează sau previzionează reacțiile *lor* la informații.

Pe scurt: teoria minții înseamnă capacitatea individului de a se gândi la ceea ce *un alt individ* s-ar putea să se gândească.

Teoria minții descrie abilitatea de a atribui stări mintale sau intenții atât propriei persoane, cât și celorlalți oameni. Sau, așa cum o definește A.M. Leslie în *The International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*, „teoria minții se referă la capacitatea noastră nu doar de a avea credințe în sine, ci și de a avea credințe cu privire la stări mintale, incluzând aici și capacitatea recursivă de a avea credințe cu privire la credințe"[13]. Această conștientizare că alte persoane percep, gândesc, simt *și chiar mint* la fel ca noi susține simțul realității obiective asumat de fiecare individ în parte, dar care, în mod tacit, e și acceptat de toată lumea.

De exemplu, te afli într-un parc și vezi un zid de piatră. În mod natural, presupui că toți semenii tăi aflați în apropiere sunt la rândul lor capabili să vadă respectivul zid. Și mai faci și multe alte presupuneri; de exemplu, că *acela e un zid*, că zidul e inanimat, că e solid – adică n-ai putea să treci prin el – și că, în mare măsură, e imobil. Nimic din toate astea nu e remarcabil. Ceea ce *e* remarcabil este că tu mai presupui – *crezi fără urmă de îndoială* – că toți cei care văd zidul automat presupun aceleași „realități" și acceptă respectivele realități ca fiind obiectiv adevărate.

Această angajare activă a teoriei minții – faptul că eu mă gândesc la ceea ce tu vezi sau crezi despre sau știi despre același zid – se numește „mentalizare", adică acea capacitate care include „capacitatea critică de a face deducții cu privire la intențiile altor persoane și la credințele lor și de a deduce dacă emoțiile sau celelalte stări semnalizate prin indicatori sociali reflectă ori nu cu acuratețe stările

emoționale reale ale indivizilor". Cu alte cuvinte, e vorba despre acea capacitate de a ne da seama dacă semenii noștri ne mint[14].

Teoria minții ne permite să ne gândim la ceea ce e posibil ca o altă persoană să gândească, să știe, să presupună ori să simtă. În plus, capacitatea de a înțelege că semenii noștri gândesc, simt și au intenții la fel ca noi ne permite să le atribuim altor oameni o varietate de stări mintale și emoționale, iar ulterior să folosim acele presupuneri ca să interpretăm, să explicăm ori să previzionăm răspunsurile lor. Teoria minții și capacitatea de a mentaliza ne permit, de asemenea, să obținem răspunsuri specifice de la oamenii în cauză și să le influențăm gândirea: adică să-i manipulăm, să-i mințim.

Să ne întoarcem la exemplul cu zidul de piatră – un instantaneu al realității obiective împărtășite. Eu știu că zidurile sunt dure și solide – și, în general, nu conțin bani cash. Și, întrucât posed o teorie a minții funcțională, știu că *și voi știți lucrurile astea*. Așa că, dacă v-aș fura portofelele și-aș vrea să le ascund undeva unde nu v-ați gândi să le căutați, atunci o idee bună ar fi să le pitesc în spatele unor pietre false din zidul cu pricina. Puteți să mă căutați prin buzunare, să-mi verificați mașina, ba chiar și contul din bancă – și eu, și voi „știm" că pietrele sunt solide, deci n-o să vă treacă prin minte să căutați pe la zidul de piatră. Vedeți așadar că, pentru a minți, omul nu are nevoie decât să priceapă că semenii lui *gândesc mai mult sau mai puțin la fel* ca el. Odată ce-ai înțeles asta, ți-e foarte ușor să le prezinți celorlalți o informație care, fie ea adevărată sau falsă, va genera răspunsul dorit.

Teoria minții, exact lucrul care ne permite să înțelegem că *există* fapte sau realități obiective – și că alții ar putea încerca să le pervertească –, este *și lucrul care ne conferă abilitatea de a minți.*

Faptul că alți oameni gândesc mai mult sau mai puțin la fel ca noi este motivul pentru care minciunile mici adesea nu prind. Vă amintiți când v-am spus că e mai ușor să convingi un om că ai în proprietate o insulă, decât că ai în proprietate o barcă? Întrucât cu toții împărtășim aceeași teorie a minții, cu toții *știm* că alți oameni mint. De-asta, când cineva încearcă să ne vândă ceva, devenim foarte prudenți: plusul de atenție merită. S-ar putea crede că omul e cu atât mai prudent cu cât potențiala escrocherie ar putea să fie mai mare, însă, paradoxal, lucrurile stau exact invers. Minciuna Colosală funcționează nu în baza credulității oamenilor, ci în baza *simțului lor anticipativ* cu privire la ideea de escrocherie. Ceea ce presupunem cu toții este că o persoană normală, aparent sănătoasă mintal, care afirmă un lucru de-a dreptul incredibil, face asta întrucât se sprijină pe un fundament solid. Altfel, ne asigură teoria minții, persoana respectivă nu s-ar aștepta s-o credem. Minciuna Colosală ne pervertește simțul comun al realității obiective, servindu-ne o minciună atât de scandaloasă, încât credem că ea trebuie să fie totuși un adevăr – o minciună precum o întreagă țară inventată și o întreagă economie fictivă, o minciună datorită căreia valoarea totală a acțiunilor Poyais a ajuns până la 3,6 miliarde de dolari, o minciună care i-a trimis pe sute de așa-ziși coloniști să se îmbarce pe vapoare, să traverseze oceanul și să moară.

MINCINOȘI DIN NAȘTERE

Odată ce dezvoltăm o teorie a minții, începem să recunoaștem și să credem în această realitate obiectivă împărtășită. Și odată ce credem în ea, imediat începem să căutăm modalități de a o perverti – adică de *a înșela*. Iar

când spun imediat, chiar la asta mă refer; minciuna nu e doar un comportament uman normal și un profund avantaj adaptativ, ci e ceva atât de fundamental, încât acest comportament ni-l dezvoltăm și ni-l rafinăm încă de când suntem bebeluși, împreună cu alte capacități de bază, precum mersul, vorbirea și abilitățile motorii fine.

Evident, bebelușii au o prejudecată de sinceritate mai marcată decât aceea a adulților. În esență, ei acceptă tot ceea ce li se prezintă ca fiind adevărat – chiar și când *au* motive să pună la îndoială adevărul unor anumite lucruri. Așa se explică faptul că bebelușii învață mult mai repede decât noi – în cazul nostru, prejudecățile cognitive există și ne ajută să procesăm informații infinite rapid și eficient, dar tot ele generează și o serie de erori. (Tot ăsta e motivul pentru care mințile fragede ale bebelușilor sunt atât de surprinse și de încântate când cineva le face „cu-cu!".) Însă, la bebeluși și la copiii foarte mici, pe lângă prejudecata de sinceritate, există și o teorie a minții complet funcțională, care e pregătită să-i înșele pe restul oamenilor.

De unde știm asta – dincolo de faptul că vedem cât de manipulativi pot să fie? Păi, tocmai *așa* știm. La bebeluși și la copiii foarte mici există o multitudine de abilități sociale cognitive importante, inclusiv inițierea atenției comune, comunicarea intenționată pe orice subiect și capacitatea de a imita mișcări și gesturi specifice (de exemplu, pregătirea prăjiturelelor din nisip sau făcutul cu mâna către cineva), precum și expresii faciale – toate acestea indicând o teorie a minții funcțională. Iar vasta majoritate a bebelușilor învață sau deprind cel puțin aceste abilități până la vârsta de nouă luni! La optsprezece luni, cei mai mulți copilași încep să se angajeze nu doar în comportamente manipulative, ci și în unele deliberat subversive sau înșelătoare: creează modalități de distragere a atenției, ascund alimentele pe care nu vor să le mănânce, ba chiar își imită propriile emoții ca să

obțină răspunsul dorit, anterior remarcat (un exemplu de emoție imitată fiind plânsul fals).

Descrierea aceasta îi face pe copii să sune ca niște mici sociopați, dar, în realitate, ei nu fac decât să acumuleze puncte de referință și să practice interacțiunea cu semenii – rafinându-și abilitatea de a mentaliza – într-un ritm incredibil de accelerat. Și toți pașii de dezvoltare pe care îi fac sunt cât se poate de normali și extrem de importanți – atât de importanți încât, dacă nu e evident că un copil a învățat să mintă verbal până la vârsta de trei sau patru ani, asta se consideră a fi un semn îngrijorător al unei întârzieri în procesul de dezvoltare.

Luând în considerare toate aceste elemente, cercetătorii au sugerat că abilitatea de a înțelege și de a previziona comportamentul unei alte persoane (de a mentaliza) are „o bază nativă, biologică și modulară"[15]. Cu alte cuvinte: v-ați născut să mințiți.

Și nu sunteți singurii.

POD DE VÂNZARE

În 1925, un alt „vânzător" de Minciuni Colosale, contele Victor Lustig (probabil că nu acesta era numele lui real și *sigur* că titlul nu era real) i-a vândut unui comerciant de fier vechi Turnul Eiffel. Apoi, după o săptămână, i l-a vândut și unui alt cumpărător. După care Lustig și-a luat tălpășița din Paris, pentru că, în realitate, nu era proprietarul Turnului Eiffel[16].

Ajuns în America, Lustig s-a trezit într-o companie numeroasă, deși nu neapărat de calitate: un escroc pe nume William McCloundy vânduse, în 1901, podul Brooklyn, apoi petrecuse doi ani și jumătate în închisoarea Sing Sing, sub acuzația de furt calificat – iar el nu vânduse podul

decât o singură dată! Cu mai mulți ani înainte, dar la scurt timp după ce construcția podului se încheiase, în 1883, un alt mincinos de anvergură, pe nume Reed C. Waddell, pusese pe roate aceeași escrocherie: le vânduse podul Brooklyn unor ținte credule, vreme de aproape douăzeci de ani. După Waddell, doi frați, Fred și Charles Gondorf, au încercat și ei aceeași manevră, ba chiar au îmbunătățit-o, cronometrând rutele polițiștilor zonali, astfel încât să poată să arboreze o pancartă pe care scria POD DE VÂNZARE, pentru ca apoi s-o ascundă rapid și temporar, cât timp polițiștii treceau pe lângă pod. Pe pancartă nu era trecut și prețul, fiindcă acesta se schimba în funcție de cumpărător. Conform spuselor unui alt escroc notoriu, Joseph „Yellow Kid" Weil, „o dată au vândut jumătate din pod pentru 250 de dolari, fiindcă ținta nu avea suficienți bani cash"[17]. Frații Gondorf au vândut podul Brooklyn de multe ori, unor numeroși cumpărători, pentru sume variind între 200 sau 300 sute de dolari până la 1 000 de dolari, prețurile fiind stabilite în baza a cât credeau că ținta putea (și era dispusă) să plătească.

Însă în anul în care Lustig a sosit din Paris, un bărbat pe nume George C. Parker preluase afacerea cu vânzarea podului Brooklyn. Iar afacerea îi mergea din plin. Mai incredibil decât numărul de oameni care *au vândut* podul Brooklyn a fost numărul de oameni care *au cumpărat* podul Brooklyn – oameni care, printre altele, erau convinși că urmau să poată să perceapă o taxă de traversare a podului. Vreme de circa zece ani, poliția a îndepărtat în mod constant diverse tipuri de bariere, informându-i totodată pe recenții cumpărători că, de fapt, nu erau proprietarii acelei căi de acces rutiere[18]. Dintre toți mincinoșii care au vândut podul, probabil că Parker a fost cel mai mare. De fapt, Parker, celebrul vânzător – deși nu și proprietar – al Statuii Libertății, al Muzeului Metropolitan de Artă și al

Mausoleului lui Grant, a vândut podul Brooklyn *de atât de multe ori*, încât a determinat și apariția unei formulări care a devenit faimoasă: *„Dacă tu crezi asta, atunci am un pod să-ți vând!"*

Dar atunci la ce fel de magie neagră or fi apelat oamenii aceștia – Waddell, frații Gondorf, Lustig și Parker – ca să convingă atâtea persoane că ei aveau în proprietate și puteau să vândă aceste celebre monumente? La absolut niciuna. Ei doar le spuneau țintelor că erau proprietarii lor – o afirmație atât de îndrăzneață și altfel atât de scandaloasă încât *trebuia* să fie adevărată –, iar țintele, oameni în esență normali și sănătoși la cap, îi credeau. *Întrucât cine inventează o insulă?* Ca să spunem așa.

Vedeți voi, în ciuda naturii oarecum flexibile a distincțiilor dintre ceea ce e adevărat și ceea ce e fals, în rândul oamenilor, și în ciuda dezacordului constant legat de „Adevăr", cu toții suntem de acord că faptele sunt fapte. Iar această certitudine că absolutul există, cât și faptul că toți percepem, înțelegem și suntem tacit de acord în privința lui lasă ușa deschisă pentru ideea de inducere în eroare = întrucât *credința generală în adevăr este absolut necesară pentru ca minciunile să funcționeze.*

Gândiți-vă la Jefferson Randolph Smith, un alt escroc care opera în celălalt capăt al țării și care a înființat primul birou de telegraf în Skagway, Alaska. Contra sumei piperate de cinci dolari, coloniștii și prospectorii puteau să-i trimită un mesaj telegrafic oricărui om din Statele Unite. Deloc surprinzător, în fiecare zi coada de clienți se întindea de jur împrejurul clădirii[19]. Afacerea avea mare succes și Smith acaparase piața, în mare măsură pentru că primele fire de telegraf au ajuns în realitate în Alaska abia *doi ani mai târziu*. Smith *avea* un fir de telegraf, dar el nu mergea decât de la birou și până în peretele clădirii. Oamenii au stat la coadă și au plătit fiecare câte cinci dolari, pe parcursul

a mai bine de un an, ca să trimită mesaje importante doar până în peretele biroului de telegraf al lui Smith[20].

„Nu există fire de telegraf în Alaska" nu pare a fi o informație greu de verificat – și firește că niciun mesaj trimis nu a primit vreodată vreun răspuns, altul decât cel cerut și plătit. Și-atunci de ce oamenii erau atât de dornici să creadă că Smith putea să trimită telegrame, doar pentru că el spunea asta?

Din același motiv ciudat pentru care îi credem pe oamenii cu care facem cunoștință, când își spun numele. E vorba despre aceeași bizarerie neurologică: prejudecata de sinceritate. În absența dovezilor, avem tendința să credem că lucrurile care ni se prezintă sunt adevărate, fie că e vorba despre numele cuiva, despre un fapt la întâmplare, despre o explicație complexă sau chiar despre ceva evident ca prezența unui obiect fizic în fața noastră. Când intri într-o încăpere și vezi o lampă pe masă, în mod natural crezi că pe masă se află o lampă. Nici nu ți-ar trece prin minte că ar putea să fie o bombă inteligent ascunsă sau o bomboană modelată convingător ca o lampă. Prejudecata de sinceritate este cea care te determină să nu te întrebi automat dacă lampa nu este cumva o halucinație, pe care o vezi doar tu, așa cum te determină să nici nu-ți pui problema că oamenii cu care faci cunoștință ar putea să te mintă în privința numelui lor. Dacă nu ne-am baza pe această metodă euristică, pe această scurtătură neurologică, am înnebuni cu toții. Prejudecata de sinceritate e considerată ca fiind una dintre cele douăsprezece prejudecăți cognitive de bază (și posibil cea mai tâmpită dintre ele), dar, pe termen lung, beneficiile obținute de pe urma ei – și a realității comune pe care o creează – sunt mult mai importante decât riscurile la care ne expunem fiind exagerat de creduli.

Prejudecata de sinceritate e exploatabilă, dar și indispensabilă.

De asemenea, ea reprezintă unica adaptare care le-a permis oamenilor să dezvolte vorbirea, scrisul, istoria, știința și civilizația însăși. Margaret Atwood a remarcat că să spui povești este „o abilitate umană foarte veche, care ne dă un avantaj evolutiv. Dacă poți să le transmiți tinerilor, prin cântec sau prin dans, cum să omoare un emu sau că unchiul George a fost mâncat acolo de un crocodil, deci că nu e bine să se ducă în același loc să înoate, atunci tinerii nu mai sunt nevoiți să afle lucrurile respective prin propriile încercări și eșecuri"[21]. Și ăsta e adevărul: aproape tot ceea ce știm ne-a fost spus de altcineva. Nu trebuie să descoperim, să confirmăm și nici măcar să înțelegem fiecare realitate sau idee despre care aflăm, pentru că din start noi suntem setați, prin prejudecata de sinceritate, să le acceptăm ca adevărate și să ne vedem mai departe de treabă. Nu trebuie să reinventăm roata de fiecare dată când întâlnim un lucru nou; pur și simplu acceptăm existența acelui lucru, fiindcă altcineva ne-a spus că el e adevărat.

Acesta este avantajul conferit de prejudecata de sinceritate: inteligența colectivă.

Cu mult înainte să apară Google, bibliotecile publice sau chiar și cuvântul scris, noi eram deja echipați cu acest avantaj evolutiv special: cunoașterea, înțelepciunea, talentul de a „vedea" gândurile celorlalți. Această capacitate nu există doar în mințile voastre sau doar în a mea, ea există în mintea colectivă și acumulată a tuturor oamenilor, a tuturor celor care trăiesc azi și a tuturor celor care au trăit vreodată. Iar ca să dobândim rapid experiența de o viață sau posibilitatea de a rezolva noi înșine cele mai diferite probleme, tot ceea ce trebuie să facem este să punem întrebări. Și să posedăm capacitatea de a crede în răspunsurile pe care le primim. Această capacitate sau tendință de a crede orbește că lucrurile care ni se spun sau ni se arată sunt adevărate facilitează inducerea în eroare, dar și

cunoașterea. Într-un anume sens, capacitățile inseparabile de a minți și de a crede au jucat un rol mai important decât degetele opozabile în devenirea omului, până la nivelul de specie dominantă pe Pământ.

REALITATEA SELECTIVĂ

Victimele lui Smith credeau că în Alaska existau fire de telegraf funcționale pentru că așa le spusese el și pentru că nu aveau niciun motiv întemeiat să pună la îndoială acest lucru, tot așa cum l-au crezut victimele lui și pe MacGregor. După care au mai devenit victime și a doua oară, dar nu victimele unui escroc, ci ale unei portițe ușor de exploatat din gândirea noastră, numită prejudecata de confirmare.

Prejudecata de confirmare este o formă de percepție selectivă inconștientă prin care, odată ce hotărăști că un lucru e adevărat, începi să vezi peste tot dovezi că acel lucru e adevărat (de exemplu, firele care mergeau până în zid sau ceilalți clienți care așteptau la rând). De asemenea, nu remarci sau nu-ți amintești dovezile care îți contrazic convingerea (de exemplu, lipsa răspunsurilor, absența firelor dincolo de zidul biroului). Prejudecata de sinceritate împreună cu prejudecata de confirmare creează condițiile în care putem să fim înșelați în repetate rânduri, prin propria noastră participare deliberată. În mare măsură, asta se întâmplă din cauza nevoii noastre de a ne proteja de ceva care se numește disonanță cognitivă. Disonanța cognitivă este o stare de stres mental insuportabilă. Ea apare când încercăm să susținem simultan în minte două adevăruri (sau, cel puțin, credințe) conflictuale. Ceea ce ne e imposibil. Chiar nu putem să facem asta. Adică există unii oameni care pot, dar sunt extrem de atipici și probabil că e mai bine să nu-i întâlniți.

Aşadar ce se întâmplă când trebuie să procesăm două credinţe conflictuale?

Una dintre ele e dată la tocătorul de idei. Şi nici nu contează care dintre ele este factual mai corectă: noi protejăm şi apărăm oricare dintre ideile care avem nevoie să fie adevărată, pentru ca, la un moment dat, să nu constatăm că am greşit. Stresul psihologic şi neurologic experimentat în timpul episoadelor de disonanţă cognitivă este atât de mare, încât eşti în stare să crezi orice, doar ca să-ţi protejezi paradigma mentală preexistentă. Ăsta e motivul pentru care oamenii refuză să audă dovezi cu privire la lucruri precum schimbările climatice sau să vadă înregistrări video cu lucruri care insistă că nu s-au întâmplat – pentru că ei au hotărât deja că nu cred în realitatea acelor lucruri.

Ceea ce Lustig a făcut cu Turnul Eiffel, ceea ce Parker a făcut cu podul Brooklyn şi ceea ce Smith a făcut cu telegraful către nicăieri, toate lucrurile astea au fost, în mod evident, mult mai puţin dăunătoare decât faptul de a convinge sute de oameni să se îmbarce pe o corabie şi de a-i trimite să moară într-o junglă, dar, finalmente, toate înşelătoriile pomenite anterior au mers pe aceeaşi schemă de bază la care a apelat şi Gregor MacGregor în povestea cu Poyais. Iar printre escroci schema asta se numeşte „să vinzi apă chioară"[22]. Chestia cu să vinzi apă chioară e o parte integrantă din Minciuna Colosală, întrucât, prin definiţie, Minciuna Colosală nu e o exagerare, o reprezentare eronată sau o pervertire a adevărului; ea se bazează în totalitate pe lipsa oricărei realităţi tangibile şi pe combinaţia dintre teoria minţii şi credinţa în realitatea obiectivă, astfel încât să acumuleze suficient credit ca să fie crezută.

Însă ceea ce au făcut Smith şi MacGregor a fost încă şi mai penetrant, fiindcă minciunile pe care ei le-au spus erau unele pe care oamenii îşi doreau cu disperare să le creadă. O oportunitate de business prea bună ca să fie

adevărată, ca aceea oferită de Lustig, era atrăgătoare, dar nu neapărat la fel de convingătoare emoțional ca așa-zisa posibilitate de a lua în sfârșit legătura cu cei dragi ori ca așa-zisa posibilitate de a începe o viață nouă într-o altă țară.

Odată ce stătuseră la coadă, plătiseră o sumă piperată și trimiseseră o telegramă, țintele lui Smith *aveau nevoie* ca minciuna lui să fie adevărată. Același lucru s-a întâmplat și în cazul victimelor lui MacGregor, care nu puteau să mai accepte că-și cheltuiseră toate economiile, că renunțaseră la traiul lor comod, că navigaseră până în celălalt capăt al lumii și că probabil își pierduseră prietenii și rudele, totul din cauza unei minciuni.

INSULA FANTASTICĂ

Cea mai îngrozitoare parte din povestea cu Poyais (deși cam toată e îngrozitoare) este *finalul* – nu acela al coloniștilor sau al investitorilor, ci acela al lui MacGregor. Și acela care se referă la adevăr, în general. Când cei câțiva coloniști supraviețuitori, rămași fără bani, bolnavi și traumatizați, au ajuns în sfârșit înapoi în Londra și au relatat ce li se întâmplase, ați crede că, dacă nu dispăruse deja de mult, MacGregor a fost terminat. Dar, gândind așa, ați greși.

Pentru că *oamenii au continuat să-l creadă.*

Victimele lui, atât investitorii escrocați, cât și bieții supraviețuitori reveniți în Anglia, *l-au apărat*: public, în scris, în presă. Au susținut că dezastrul nu putea să se fi petrecut din vina lui MacGregor și pentru asta au apelat la toate scuzele posibile: de la aceea că navele îi debarcaseră pe coloniști în locul greșit dintr-o simplă eroare și până la argumentul și mai bizar că „s-a întâmplat ceva" cu Poyais. Cu toții erau din ce în ce mai convinși că MacGregor și vasta lui colonie fuseseră cumva sabotați –

cel mai probabil de ceilalți parteneri ai scoțianului sau de agenți rivali[23].

Cu toții privim în jur și ne minunăm constant de tenacitatea cu care oamenii se agață de credința lor în minciuni absolut evidente. Și ne întrebăm de ce se întâmplă asta. Dar răspunsul nu e complicat: fiindcă minciuna a fost atât de mare sau atât de plină de sens pentru ei sau pentru că ei au crezut *întru totul* în ea, încât nu mai pot să creadă că s-au înșelat. Potențiala disonanță cognitivă ar fi mult prea distructivă, le-ar nărui întreaga perspectivă asupra vieții[24]. De-asta oamenii respectivi continuă să creadă în acele minciuni. Insistă, atât față de ei înșiși, cât și față de ceilalți, că minciuna e adevărată, fiindcă n-ar putea să fie o minciună altfel decât amenințându-le și alte credințe importante, pe care ei se bazează – inclusiv credința în propria capacitate de a face diferența între ceea ce e real și ceea ce e inventat.

Înainte ca victimele engleze ale lui MacGregor s-apuce să se răzgândească și să nu-l mai susțină, escrocul a fugit la Paris, unde s-a apucat să ruleze aceeași schemă cu minunata țară Poyais, atât doar că sumele au fost umflate. De data asta, oferind ca garanție „minele de aur din Paulaze", a obținut un împrumut de 300 000 de lire sterline[25]. Ați crede poate că MacGregor a fost recunoscător c-a scăpat cu față curată la prima „acțiune" și că în Paris a stat cuminte. În loc de asta și căpătând curaj datorită exonerării nemeritate, el nu doar că s-a pus din nou pe treabă, dar a și țintit mai sus. De ce? Pentru că, atunci când comitem infracțiuni deliberat și nimeni nu ne trage la răspundere, avem tendința s-o luăm de la capăt, adesea la scară mai mare. Ne repetăm comportamentul reprobabil fiindcă, odată ce am testat apele în privința percepțiilor oamenilor și n-am pățit nimic, învățăm un adevăr foarte periculos: că *putem* să facem respectivul lucru.

Ăsta e motivul pentru care Parker a vândut podul Brooklyn de atât de multe ori. Ăsta e motivul pentru care eu am împrumutat bijuteriile mamei, uitând să-i spun c-am făcut asta (și uitând să i le returnez), vreme de decenii de-a rândul.

Ăsta e motivul pentru care voi mințiți în legătură cu orice mințiți în mod obișnuit.

La fel ca noi și ca toate victimele lui, MacGregor avea o teorie a minții și capacitatea de a mentaliza, de a simula ceea ce alții gândeau. Prin urmare, din dezastrul operațiunii din Anglia și din „salvarea" la mustață din Londra el nu a învățat *realmente* decât că oamenii îl credeau la modul absolut, fără ca el să fie nevoit să le ofere vreo dovadă a adevărului celor susținute. Ba și că unii îl credeau chiar confruntați cu dovezi solide care-i indicau minciuna. Cu cât mai profund crezuseră în minciuna lui, cu cât investiseră în ea mai mult, emoțional și financiar, cu atât mai cu fervoare și mai cu încăpățânare oamenii insistau să creadă în el. Și-atunci de ce n-ar mai fi rulat încă o dată povestea cu Poyais? Tot ce conta era ca minciuna să fie și mai groasă, deci și mai incredibilă, când avea să fie descoperit.

Escrocheria cu Poyais mergea de minune – pentru MacGregor. Scoțianul se apropia rapid de finișul cursei, căci adunase și jupuise deja de bani o mulțime de așa-ziși coloniști sau, mai exact, o mulțime de victime, care urmau să-și piardă viața „în Poyais". Tocmai atunci însă câțiva oficiali ai guvernului francez au început să intre la bănuieli: atât de multe persoane și atât de mulți bani urmau să plece într-o țară de care nu mai auziseră niciodată. Aproape imediat după ce au demarat investigația, escrocheria lui MacGregor a ieșit la lumină, astfel că scoțianul a fost aruncat în închisoare și judecat pentru uneltire și fraudă[26].

În mod misterios însă, potentații vremii – indubitabil unii dintre ei erau, la rândul lor, investitori umiliți – au

considerat că nu existau suficiente probe convingătoare pentru ca MacGregor să fie condamnat. Și, în acest fel, escrocul a fost eliberat. Și a mai învățat încă o lecție despre cât de mult sunt dispuși oamenii să creadă (sau să nu creadă): MacGregor a învățat că, și dacă era prins, majoritatea oamenilor nu erau dispuși ori capabili să creadă, fără urmă de îndoială, că el se dedase la o asemenea nebunie. Așa cum nici nu puteau să creadă cu ușurință că atât de multe persoane, aparent normale la cap și perfect rezonabile, puteau să fie duse de nas de o minciună atât de flagrantă și de absurdă.

Ca atare, MacGregor s-a întors la loc în Anglia, pentru o a treia rundă cu Poyais.

ȘTIU CE GÂNDIȚI

De fapt, nu știu *ce* gândiți. Dar știu că *gândiți* și această realitate este cel mai mare avantaj evolutiv pe care fiecare dintre noi îl avem în posesie.

Închipuiți-vă următoarele: un pește cenușiu dezvoltă dinți ascuțiți ca să muște un pește maroniu, ca atare peștele maroniu dezvoltă solzi duri ca să blocheze dinții ascuțiți. Frumos! Însă, odată ce peștele maroniu și-a format armura solzoasă de apărare, peștele cenușiu dezvoltă maxilare articulate puternice ca să sfărâme peștele maroniu, cu solzi cu tot. Atunci peștele maroniu se ridică pe aripioare (de-acum numite picioare) ca să scape pe uscat... Aceasta e povestea adevărată – deși extrem de condensată – a felului în care peștii s-au transformat în reptile.

Evoluția este, pur și simplu, o cursă a înarmărilor adaptativă, care continuă la nesfârșit: tu îți dezvolți vederea, eu îmi dezvolt camuflajul, tu dezvolți urechi, eu dezvolt capacitatea de a imita. Dacă tu dezvolți o teorie a minții,

eu o folosesc ca să te înșel. Capacitatea de a minți este, până la urmă, la fel de importantă pentru supraviețuire ca aceea de a ține la distanță animalele de pradă sau aceea de a exploata slăbiciunile prăzii. Și, așa cum dinții au dus la apariția solzilor, teoria minții dă naștere minciunii.

Deficiențele cognitive și comportamentale care duc la înșelătorie nu sunt, de fapt, deficiențe. Așa cum nici prejudecățile cognitive care permit să fim induși în eroare nu sunt deficiențe. Toate sunt mecanisme intrinsece ale gândirii și avantaje adaptative greu obținute pe parcursul cursei înarmărilor. Capacitatea de a minți, în diverse moduri, și capacitatea de a crede minciunile ne sunt absolut necesare.

Teoria minții ne determină să presupunem că toți experimentăm aceeași realitate, alcătuită din fapte obiective și adevărate, pe care cu toții le experimentăm în același mod. Iar ăsta e un avantaj în sine; avem nevoie de simțul unei realități împărtășite, ca să funcționăm – chiar dacă asupra realității împărtășite punerea de acord e tacită. Problema cu această credință atât de necesară (și de succes) într-o realitate obiectivă comună este că ea poate să fie pervertită prin simpla încălcare a acordului, adică minținд flagrant în legătură cu ceea ce e obiectiv adevărat. Asta îi permite individului mai bine adaptat să exploateze acea realitate asupra căreia toată lumea a căzut de acord, mai întâi prin conștientizarea ei (prejudecata de sinceritate), apoi prin conștientizarea faptului că toată lumea conștientizează acea realitate și a căzut de acord asupra ei (teoria minții) și apoi făcând saltul cognitiv al pervertirii întregului sistem prin minciună. Din cauza naturii comun dependente a distincțiilor dintre ceea ce este adevărat și ceea ce este fals în societatea umană, o minciună sfruntată, dacă e prezentată ca adevăr, va fi acceptată ca atare.

Așa funcționează Minciuna Colosală. Ăsta e motivul pentru care ea e cea mai veche și cea mai simplă dintre

escrocherii și pentru care, ca să vinzi o Minciună Colosală, nu ai nevoie de vreo înșelătorie inteligentă sau nuanțată – tot ce-ți trebuie e o țintă cu o teorie a minții funcțională și cu o credință absolut normală în realitatea împărtășită și în faptele obiective: deci *în adevăr*.

Astfel, adevărul și minciunile sunt legate inextricabil.

2

STAI CU OCHII-N PATRU

Trucuri, jocuri de cărți și înșelăciuni mentale

„Nu contează la ce te uiți, ci contează ce vezi."

HENRY DAVID THOREAU

„Prostia costă. Cu cât prostia e mai mare, cu atât costă mai mult."

SHERRILL BROWN

UNDE-I DAMA?

Prezentat ca un joc de noroc cu cărți, „Unde-i dama?" este forma modernă a celei mai vechi înșelătorii făcute pe stradă: alba-neagra. În versiunea modernă, doi jucători folosesc trei cărți așezate cu fața în jos pe o suprafață plană. Cartea din mijloc este o damă. Cel care face cărțile îi arată celuilalt jucător dama, apoi schimbă iute și cu dexteritate locul cărților sub privirile celuilalt jucător. Când se oprește,

celălalt jucător încearcă să ghicească unde se află cartea cu dama, așezată cu fața în jos. Fie că dama e ascunsă în palmă sau e înlocuită cu o altă carte înainte să fie pusă jos, mânuitorul cărților recurge la iuțeala mâinii pentru a se asigura că, și dacă ținta ar putea să privească simultan toate cele trei cărți și mișcările făcute cu ele (ceea ce e imposibil), ea tot ar rata adevărata șmecherie, astfel că nu va reuși niciodată să ghicească unde e cartea corectă.

La „Unde-i dama?" nu poți să câștigi, întrucât cartea pe care o cauți n-a fost niciodată acolo.

ILUZII

Da, faptele sunt fapte. Dar ce sunt faptele, realitățile? Și cum le deosebim?

Această înșelătorie, în particular, indiferent că e realizată cu cărți de joc, cu cupe, cu scoici sau cu conturi bancare, se bazează pe percepție sau, mai curând, pe *problema percepției.* Nu doar că nu poți să crezi tot ce-ți spun oamenii (în caz contrar, riști să te alegi cu o proprietate în sistem timeshare în Poyais), dar foarte adesea nu poți să te încrezi nici în propriile tale simțuri și cu atât mai puțin în amintirile legate de ele. Să vezi o fi să crezi, dar *în realitate* lucrurile n-ar trebui să stea deloc așa. Creierul nu are capacitatea de procesare necesară ca să gestioneze toate datele senzoriale din fiecare secundă, așa că, la fel ca toți escrocii, trișează. În consecință, adesea sfârșim prin a vedea *ceea ce ne așteptăm să vedem.*

Spre deosebire de Minciuna Colosală și spre deosebire de majoritatea minciunilor, „Unde-i dama?" sau varianta lui inițială, „jocul cu cochilii", sunt *minciuni fizice.* Minciuna fizică exploatează deficiențe de bază, adânc înrădăcinate în cogniția noastră perceptivă, ca să distorsioneze și

să manipuleze modul în care noi percepem realitatea. Asta e baza trucurilor magice, a iluziilor optice și, ocazional, a politicii externe.

Descrisă încă din secolul al II-lea e.n. de Alcipron din Atena, acest tip de înșelătorie s-a făcut inițial folosind trei cupe sau cochilii și o mărgică sau o piatră ascunsă sub una dintre ele – de unde a apărut expresia denigratoare de „joc cu cochilii", care descrie orice fel de tranzacție rapidă și deliberat derutantă, care are ca rezultat înșelarea uneia dintre părți. Această escrocherie exploatează atât percepția fizică, cât și încrederea în acuratețea ei: mai întâi te pregătește ca să vezi ceea ce escrocul vrea să vezi și apoi te determină să fii sigur că poți să ai încredere în ceea ce ai văzut.

Și trucul funcționează în cazul oricui, inclusiv în cazul altor escroci.

CASA CÂȘTIGĂ ÎNTOTDEAUNA

Un astfel de escroc, unul dintre cei mai vestiți din istoria Americii, a fost un șarlatan stradal specializat în schema cu „Unde-i dama?", care a reușit să-și construiască un vast imperiu infracțional aproape în totalitate datorită dibăciei mâinilor. Numele lui era Jefferson Randolph Smith (da, tipul cu firul de telegraf care nu ducea nicăieri) și, ca mulți alți escroci de succes, Smith a aflat de arta furatului când el însuși a fost escrocat.

Pe la jumătatea anilor 1870, când avea vreo doisprezece sau paisprezece ani, Smith muncea în Texas ca îngrijitor de vite – o slujbă mizerabilă, istovitoare. Într-o seară, când se întorcea acasă, Smith a fost ademenit la un joc de alba-neagra. Evident, escrocii i-au luat toți banii. În ciuda aparențelor, Smith nu era însă prost. Cel puțin, nu până la

capăt. Și-a dat seama (prea târziu) că jocul nu era un joc, ci mai curând o manipulare a percepțiilor sale în privința circumstanțelor aparent întâmplătoare, în privința celorlalți „jucători" și mai ales în privința a ceea ce el credea că văzuse pe masa de joc.

Și-a pierdut salariul pe șase luni în doar câteva minute, dar a dobândit o fascinație pe viață pentru dibăcia mâinilor.

La puțin timp după aceea a plecat în lume și s-a îmbogățit, construind un adevărat imperiu infracțional bazat aproape în exclusivitate pe îndemânarea mâinilor. Smith rula scheme din categoria alba-neagra și diverse variante ale ei în ținuturile Goanei după Aur, acolo unde a ajuns să fie cunoscut ca „Soapy" Smith, în onoarea unei versiuni a escrocheriei „Unde-i dama?", pe care un ziar din Denver o numise „escrocheria cu săpun". Smith avea o mulțime de complici și și-a deschis propria sală de jocuri de noroc în Denver, unde i s-a dus vestea că le lua toți banii căutătorilor de aur, care, îmbogățiți după o zi de muncă fructuoasă, se simțeau suficient de norocoși ca să-și încerce mâna la cărți. „Jocul cu cochilii" e o escrocherie de mică anvergură, dar Smith a dat lovitura, „câștigând" în cele din urmă actele de proprietate ale unor plantații și zăcăminte de aur aflate peste tot, până în Alaska.

Din păcate pentru el, în 1898, în Skagway, urciorul n-a mai mers la apă – și, surprinzător, aici nu e vorba despre povestea cu telegraful. Dezastrul s-a abătut asupra lui din cauza activității la care se dedase vreme de decenii: l-a escrocat pe un miner care avusese o zi deosebit de fructuoasă, luându-i aur în valoare de 2 500 de dolari, după ce-l ademenise la un joc, aparent prietenesc, de „Unde-i dama?".

Minerul, simțindu-se în bani – și indubitabil și norocos – a fost mai mult decât încântat să-și încerce mâna. Și, prima dată, a câștigat! Conform scenariului obișnuit, un joc s-a transformat în două, iar Soapy a pierdut din nou și-atunci

i-a propus minerului să mai joace o dată, pe principiul dublu sau nimic. A mai urmat încă un joc și minerul tot n-a renunțat – întrucât cine renunță când câștigă? A urmat și al patrulea joc și... brusc, norocul l-a părăsit pe miner, care a început să piardă. Și să piardă și să tot piardă. Nevrând sau neputând să plece și să-și abandoneze jumătate din câștigul zilei și fiind convins că, până în urmă cu doar câteva minute, se pricepuse de minune la joc, minerul a făcut ce face toată lumea: a mai pus în joc încă o tranșă de bani. Apoi a mai dublat miza încă o dată, pariind tot ce-i mai rămăsese contra a tot ce pierduse. În doar câteva secunde, averea de 2 500 de dolari a omului a intrat în posesia lui Smith.

Prospectorul – asemenea tuturor celor care își pierduseră banii în buzunarul lui Smith – a realizat abia ulterior că jocul fusese măsluit. Dar, *spre deosebire* de majoritatea păgubiților, care cad în plasa acestei escrocherii și-apoi se simt prea jenați ca să mai facă scandal, el s-a dus la poliție. La acel moment, comunitatea se săturase deja de imperiul infracțional vast și bine organizat al lui Smith, așa că o mulțime de cetățeni furioși s-au adunat în stradă, cerând dreptate – printre ei aflându-se, fără îndoială, și unii dintre cei care încă mai așteptau răspunsul la telegramele pe care le trimiseseră. A doua zi dimineață, când Smith a dat cu ochii de ei, situația a degenerat: oamenii au început să tragă în el, iar escrocul a fost omorât. Când coșciugul i-a fost coborât în groapă, unul dintre oamenii lui a aruncat înăuntru trei cochilii și un bob de mazăre – un omagiu potrivit pentru jocul care îl îmbogățise și îl distrusese.

Jocul, așa simplu cum pare, este conceput astfel încât să nu poată să fie câștigat, deci nu e de mirare că oamenii pierd ori de câte ori îl joacă. Șmecheria constă în a le deruta percepția vizuală a realităților concrete, în așa fel încât să nu vadă ce se întâmplă de fapt și deci să nu poată să-și dea seama cum au fost înșelați.

De exemplu, pentru escrocheria cu săpunul, Smith stătea la un colț de stradă și oferea spre vânzare un munte de bucăți de săpun – fiecare bucată costând un dolar și fiind ambalată frumos, în hârtie[1]. În timp ce-și făcea prezentarea mărfii, oamenii îl vedeau cum învelea unele bucăți de săpun în bancnote scoase din buzunarul propriu și abia apoi în hârtia obișnuită, în care era ambalat și restul mărfii. Smith le spunea că unele bucăți de săpun ascundeau un dolar; altele conțineau cinci, zece sau chiar douăzeci de dolari; iar una sau două bucăți ascundeau o bancnotă de o sută de dolari. Omul care cumpăra una dintre bucățile de săpun norocoase păstra banii pe care îi găsea.

Sună simplu, nu-i așa? Jocul părea a fi doar o chestiune de noroc și ținea doar de câte bucăți de săpun erai dispus să cumperi... și de ceea ce credeai că vedeai.

Mulțimile de potențiali clienți îl urmăreau cum amesteca rapid și cu abilitate bucățile de săpun cu bani printre bucățile de săpun normale, apoi, aproape imediat ce oamenii începeau să cumpere, se și găsea un norocos care își flutura încântat câștigul. Ca atare, restul cumpărau și mai multe bucăți de săpun, de parc-ar fi fost bilete la loto, sperând să găsească una cu bani. În clipa în care un client despacheta săpunul și striga c-a găsit bancnota de o sută de dolari, Soapy punea punct jocului și anunța că vindea restul mărfii (inclusiv bucata de săpun care mai conținea o bancnotă de o sută de dolari) la licitație, celor care ofereau mai mult[2].

Nici persoanele care cumpărau săpun la bucată și nici cele care cumpărau restul mărfii în sistem de licitație – cu mult mai mult de un dolar bucata – nu aveau nicio șansă să găsească a doua bancnotă de o sută de dolari, fiindcă realitatea era că, indiferent ce credeau ele că *văzuseră*, în *niciunul* dintre ambalaje nu existase vreodată vreun ban – și cu atât mai puțin o bancnotă de o sută de dolari. Smith învelea într-adevăr unele bucăți de săpun în bancnote cu

diverse valori – făcea asta la vedere. Însă de fiecare dată, când rula hârtia exterioară, avea grijă să palmeze, în stil clasic, bancnotele – lucru pe care clienții nu-l mai vedeau. Odată ce erau complet ambalate, toate bucățile de săpun erau complet lipsite de bani. Puținii câștigători erau întotdeauna falși: jucau un rol ca să convingă mulțimile că în unele ambalaje existau într-adevăr dolari și că șansa de câștig era reală – la fel ca la schema cu „Unde-i dama?", când dealerii apelează la asociați amestecați prin public, care să-i ajute să dea impresia că jocul poate să fie câștigat[3].

Dar jocul nu poate să fie câștigat niciodată – nici dacă e jucat cu cărți, cu cupe sau, ca în cazul prezentat anterior, cu bucăți de săpun – fiindcă acțiunile țintei se bazează pe ceea ce a văzut („Unde s-a dus? Unde-a aterizat?") cu propriii ei ochi, când, în realitate, miza jocului n-a existat niciodată, n-a fost pusă în circuit. Soapy Smith a fost un infractor violent și o persoană obiectiv înfiorătoare; dar, când era vorba să te facă să vezi ceea ce *voia el să crezi c-ai văzut*, își făcea manevrele cu atâta dibăcie, încât și azi el e venerat de magicienii și de scamatorii din toată lumea. La Magic Castle, din Los Angeles, încă i se mai sărbătorește în fiecare an ziua de naștere, iar cartierul lui general din Alaska (oficiul cu fire de telegraf false) a fost păstrat, ca atracție turistică.

De fapt, în toată istoria, există un singur jucător despre care se știe că a câștigat un joc de „Unde-i dama?" sau un joc de cochilii. Și n-a fost vorba despre vreo persoană specială și nici de vreun alt escroc celebru – de fapt, a fost vorba despre una dintre țintele lui Soapy Smith. Omul l-a lăsat pe Smith să-l convingă să joace, să aranjeze piesele, ba chiar și să-i distragă atenția cu manevrele lui rapide și cu vorbăria – totul conform scenariului. L-a lăsat pe Smith să-l amețească amestecând cochiliile, dar, când a venit momentul să aleagă el una, omul și-a trântit pistolul în

mijlocul mesei și-a zis că, în loc să ridice cochilia sub care se presupunea că se afla bobul de mazăre, el prefera să arate cochilia câștigătoare ridicându-le simultan pe cele două goale. Și, sub ochii lui Smith, care stăteau ațintiți la pistol, omul a întors două cochilii la întâmplare, arătând că sub ele nu era nimic. După o clipă, a spus pe un ton amenințător: „Cred că nu mai e nevoie s-o întoarcem și pe-a treia!"[4]

Felul în care omul respectiv a câștigat ne spune multe despre cum funcționează minciuna. Escrocheria nu se face nici cu cărțile de joc, nici cu cochiliile. Escrocheria rezidă, în primul rând, în a te determina să joci. Restul îl fac deficiențele de cogniție perceptivă. Astfel că înțelepciunea acceptată este că singura modalitate prin care poți să câștigi la jocul ăsta este să nu joci. Dar, arătând cele două cochilii goale, ținta l-a forțat pe Smith fie să-l declare câștigător, fie să admită că sustrăsese bobul de mazăre și că acolo nu era altceva decât o formă politicoasă de jaf.

NATURA MINCIUNII

Oamenii nu sunt nici pe departe singurii hoți politicoși din lume. Păsările fură, albinele fură, virusurile și bacteriile fură și ele. Microorganismele fac asta prin imitarea celulelor din corpul nostru, astfel încât să evite detecția. HIV-ul, în particular, face asta modificând atât de frecvent detaliile proteinei cu care e învelit, încât corpul e pur și simplu incapabil să se apere de el într-o manieră durabilă. Până și genele din propriile noastre celule au tehnici de semnalizare moleculară înșelătoare, cu ajutorul cărora se produce o suprareproducere care generează un statut dominant în relație cu alte gene[5]. Finalmente, escrocii – detestabili, așa cum sunt – fac exact același lucru pe care îl

fac toate organismele competitive: exploatează slăbiciunile fizice (în cazul jocului cu cochilii, slăbiciunile neurologice) ale unui alt organism. Insectele mint florile, florile mint insectele și, la fel ca noi (și ca patogenii), cel mai adesea mint prin manipularea deficiențelor perceptive sau prin exploatarea scurtăturilor perceptive.

Fluturii sunt deosebit de șmecheri.

Să luăm, de exemplu, fluturele Blue Morpho; cel cu aripi splendide, iridescente, de un albastru-azuriu. Prima minciună: culoarea aceea albastră strălucitoare nu există în realitate. E doar o iluzie optică, creată de lumina albastră care e reflectată selectiv de milioane de solzi microscopici, asemănători cu niște oglinzi. Albastrul acela viu nu există decât în mintea noastră – sau în ochii noștri, în funcție de cum o vedem. Cealaltă față a aripilor nu are solzi și etalează o nuanță ternă de maro-închis. Însă, fie că albastrul e real sau reflectat, aripile lor viu colorate îi ajută să se ascundă la vedere, doar că nu prin intermediul camuflajului. Cel mai bine ei se ascund în zbor, adică atunci când ar trebui să fie cel mai vulnerabili. Când zboară, aripile se mișcă rapid, oscilând între maroul-închis și albastrul-azuriu reflectat de cer și greu de văzut. Acest joc ciudat de de-a v-ați ascunselea se numește „apărare prin flash" și nu are nicio legătură cu conceptul de contopire cu mediul înconjurător. De fapt, această tehnică exploatează incapacitatea multor specii, în special aceea a păsărilor, de a-și ține ochii – deci creierul – concentrați asupra unui obiect care nu se mișcă pe o linie continuă. „Apărarea prin flash" îl face pe fluturele Blue Morpho să dea impresia că apare și dispare, în timp ce zboară, astfel că el e aproape invizibil pentru prădători.

Acum e, acum nu mai e.

Copiii acestui fluture sunt trișori și mai mari: ca larve, trăiesc într-o relație de simbioză, numită mutualism, cu

furnicile. Mutualism este denumirea pe care biologii au dat-o interacțiunilor în interes propriu dintre specii sau dintre organisme individuale, interacțiuni în urma cărora ambele părți beneficiază, deși neintenționat – e un soi de situație formalizată în care toată lumea câștigă. Omida secretă un lichid zaharos, pe care furnicile îl mănâncă, iar furnicile apără omida de prădătorii mici. Dar, din când în când, omida secretă și un alt fel de lichid, care imită feromonii larvelor de furnică. Pentru că și furnicile se încred în ceea ce miros, așa cum și noi credem în ceea ce vedem, ele cred că lucrul acela uriaș este una dintre micile lor larve și îl târăsc până în casă, în creșa din mușuroi, unde continuă să-l hrănească și să-l îngrijească de parcă ar fi copilul lor. Fiindcă nu pot să-și dea seama că nu e. Între timp – accentuez acest „între timp" –, omida mănâncă restul ouălor și larvelor de furnică.

La fel ca mincinoșii umani, omizile nesocotesc contractul social și fac asta exploatând faptul că lucrul pe care un individ îl percepe fizic adesea nu e real.

Cel mai comun exemplu de mutualism îl reprezintă polenizarea. Albinele și florile există într-o relație mutualistică: florile au nectar și au nevoie să-și împrăștie polenul spre alte flori, în timp ce albinele au aripi și trebuie să mănânce. Așa că, mirosind nectarul, albina se furișează înăuntrul florii, acoperindu-se cu polen; bea nectarul; iese din floare; apoi zboară mai departe și repetă procesul cu o altă floare, mutând polenul între cele două flori. Nici floarea și nici albina nu intenționează să faciliteze supraviețuirea celeilalte specii, dar, satisfăcându-și propriile nevoi, fără să vrea, ambele satisfac și nevoile celeilalte specii. Sub o formă sau alta, mutualismul este crucial pentru fiecare organism și pentru biom, în general. Așa că ar fi lipsit de sens ca vreuna dintre părți să pervertească sistemul.

Totuși uneori îl strică.

Bondarii au fost observați și studiați în plină acțiune. În loc să piardă timp și energia necesară ca să ajungă la nectar – ca să nu mai vorbim de riscul celor câteva clipe în care s-ar expune față de prădători –, bondarii uneori „trișează". Adică perforează cu gura baza florii, din exterior, ceea ce-i permite albinei să bea nectarul fără să mai intre în floare. Și-atunci floarea e văduvită. Pe de altă parte, floarea a alocat mult timp și energie ca să producă un nectar altfel nefolositor, în scopul de a atrage țintele care ulterior, fără să vrea, îi duc polenul mai departe.

Nimic nu există fără un scop.

Așa cum încrederea și înșelăciunea funcționează ca două jumătăți mutual necesare ale unui întreg, inducerea în eroare este reversul cooperării. Ele funcționează în tandem, nu în opoziție. Atât cooperarea, cât și inducerea în eroare depind de aceleași relații de bază, de aceleași indicii perceptive și au aceleași obiective. Percepția cooperării este *ea însăși o percepție*, prin urmare are o mulțime de unghiuri moarte, de lacune și de deficiențe perceptive care pot să fie exploatate. Acum fluturele e acolo, iar în secunda următoare, a dispărut. Într-o zi albina e un polenizator care cooperează, iar a doua zi nu mai e. Prin alternarea comportamentului autentic mutualist cu varianta lui pervertită, organismele care trișează își potențează avantajele exponențial. Totuși inducerea în eroare e preferată în episoade singulare. Dacă trișezi tot timpul, ești descoperit și pedepsit sau, cel puțin, îți pierzi avantajul.

Implicația inerentă este aceea că, în doze mici, inducerea în eroare este o componentă fundamentală a cooperării[6]. Mai mult, *cooperarea însăși* se poate să fie parțial motivată de oportunitatea pe care i-o oferă celui care cooperează de a și trișa din când în când. În același fel în care omul nu poate să mintă decât dacă toți oamenii au căzut de acord asupra unui set de realități obiective, omul nu poate să

trișeze decât dacă există o așteptare preexistentă de onestitate; altfel floarea n-ar lăsa niciodată albina să se apropie de ea. Iar furnicile nu s-ar apropia niciodată de omizi, dacă omizile nu ar face altceva decât să se infiltreze în mușuroiul lor.

La fel ca în cazul jocului cu cochilii, singura cale sigură de a nu pierde este să nu joci. Dar atunci n-ai avea nici șansa să câștigi. De la omizi la escroci, orice făptură minte. Capacitatea de a induce în eroare – nu doar în rândul oamenilor, ci la nivelul vieții, în general – este un avantaj important, rafinat de-a lungul a milioane de generații, și este o parte esențială a comunicării.

IUȚEALA MINȚII

Dar să ne întoarcem la mai sofisticatul și mai literalul joc cu cochilii. De ce toată lumea, cel puțin în ultimii două mii de ani, a căzut pradă acestei escrocherii simple și evidente? Din păcate, răspunsul e: pentru că noi, oamenii, nu suntem atât de sofisticați. E tentant să credem că facem ceva mai complex sau mai cu sens decât o insectă, dar adevărul e că nu facem. Un fluture Blue Morpho care apelează la apărarea de flash operează exact la fel ca un escroc din categoria lui Soapy Smith, care înlocuiește cărțile sau palmează bancnote pliate suficient de rapid încât creierul să fie indus în eroare. Toată lumea cade în capcana iuțelii de mână fiindcă ea exploatează mai multe portițe din sistemul de cogniție perceptivă: modurile în care creierul procesează și interpretează inputul simțurilor.

Cu alte cuvinte, dacă ai un creier sănătos, care funcționează normal, literalmente *nu poți* să nu cazi în capcana asta.

Creierul, în mod specific cortexul vizual – partea din creier care procesează semnalele electrice venite de la

retină și le transformă în imagini în minte – funcționează cu o întârziere de o zecime de secundă. În termeni practici, asta înseamnă că realmente nu poți să-ți crezi ochilor, pentru că, deși ochii tăi funcționează, creierul procesează tot ceea ce văd ochii cu o zecime de secundă mai târziu față de momentul întâmplării efective[7]. Pur și simplu, creierul nu are capacitatea de a procesa tot ce percepe ochiul, așa că umple o parte din ceea ce se află împrejurul tău cu ceea ce el *se așteaptă* să se afle împrejurul tău, aproape ca și când respectivele elemente ar fi doar un soi de zgomot de fond. Doar când ceva se schimbă radical, când apare o eroare în matrice, creierul observă – totuși cu o zecime de secundă mai târziu față de realitate – și derulează filmul înapoi, ca să vadă ce se întâmplă[8].

Iar faptul că omul trăiește cu o zecime de secundă în trecut nu e singura lui problemă.

Mai există și alte portițe neurologice care pot să fie exploatate. De exemplu, există efectul de oglindire[9]. Acesta este comportamentul unei persoane care imită inconștient gesturile, postura sau mișcările subtile ale altei persoane. Celule specializate din creier, numite neuroni-oglindă, ne determină să imităm mișcările, reperele vizuale și expresiile celor cu care interacționăm. Această tendință este mai mult sau mai puțin pronunțată, variind de la un individ la altul și depinzând de stadiul de dezvoltare a acelor neuroni, dar ea există la toată lumea, fiindcă toți avem neuroni-oglindă. Oamenii care sunt extrem de stângaci, din punct de vedere social, sunt așa, într-o anumită măsură, deoarece au dificultăți cu procesul subconștient de oglindire.

Dacă o persoană îți zâmbește, îi zâmbești și tu. Dacă o persoană se uită brusc în sus, te uiți și tu în sus. Presupui că acestea sunt gesturi conștiente, dar nu e așa. Ele sunt rezultatul direct al funcționării neuronilor-oglindă, care creează ceva ce se numește efectul Gauchais. Când e utilizat

conștient și deliberat, efectul Gauchais este o metodă incredibil de eficientă de a-i determina pe oameni să se uite la ceea ce tu vrei să se uite și când vrei tu să se uite*. Așa cum s-a exprimat un magician celebru: „Dacă ai de ales, crezi că ai ales conform propriei dorințe. Ăsta e unul dintre cele mai întunecate secrete psihologice."[10]

Există un truc magic simplu, realizat cu o bilă de cauciuc, truc care demonstrează toate aceste tendințe. Magicianul îți arată o bilă mică de cauciuc, pe care o ține în palmă, și îți spune să o privești foarte atent. În timp ce tu te concentrezi asupra ei, el o aruncă în aer și o prinde când îi cade înapoi în palmă. Apoi o aruncă în sus din nou, o prinde la loc, apoi o aruncă și a treia oară, dar atunci vezi că bila dispare.

Evident, bila n-a dispărut pur și simplu, dar atunci ce s-a întâmplat?

La ultima aruncare, magicianul nu i-a mai dat drumul din mână. Deși tu ai văzut bila aruncată în sus și apoi ai văzut-o dispărând, bila n-a mai fost aruncată. În realitate, magicianul te-a *pregătit* ca să vezi bila aruncată în aer, de fiecare dată când și-a mișcat mâna în sus și i-a dat drumul: prin ridicarea mâinii în sus, înainte să dea drumul bilei, și prin urmărirea cu propria privire a ridicării bilei[11]. Efectul Gauchais te-a făcut să imiți aceste mișcări cu propriii tăi ochi.

După câteva aruncări, creierul tău a început să fie convins că, *dacă mâna se ridică, se ridică și bila, dacă mâna coboară, coboară și bila.* Așadar, cu de la sine putere, creierul hotărăște că aceasta nu mai e o informație nouă sau importantă, așa că înlocuiește ceea ce tu vezi cu ceea ce el se

---

* E și o metodă foarte eficientă de a reuși la un interviu pentru un loc de muncă sau de a determina o persoană să aibă impresia că te place realmente (n.a.).

așteaptă ca tu să vezi, astfel economisindu-și valoroasa capacitate de procesare, ca s-o utilizeze pentru alte evenimente, ale căror rezultate nu le cunoști încă.

Doar după ultima aruncare creierul își dă seama că s-a schimbat ceva și devine din nou atent – la timp ca să vadă că mingea *nu* mai cade la loc. Întrucât creierul începuse să-ți arate bila săltând în sus și-n jos, așa cum era de așteptat, și pentru că el funcționează un pic mai încet, tu *chiar ai văzut* bila ridicându-se și ai văzut că bila nu a mai căzut la loc când creierul a observat, cu o fracțiune de secundă mai târziu, că era ceva în neregulă, făcându-te să crezi că bila a fost aruncată în aer și a dispărut brusc. Chestia înfricoșătoare e că tu *chiar ai văzut* bila ridicându-se în aer, deși ea nu a mai părăsit palma magicianului. *Creierul a completat tabloul cu ceea ce se aștepta că ochii tăi aveau să vadă.*

Prin urmare, tu ai văzut bila și îți amintești c-ai văzut-o.

Deci putem sau nu să ne credem ochilor? Cu siguranță, nu. Atenția ne luminează, dar în aceeași măsură ea e și excluzivă; indiferent la ce te uiți, ideea e că ai luat reflectorul de pe orice altceva. Se dovedește așadar că creierul *realmente* nu vede prea mult din ceea ce există în afara reflectorului concentrării conștiente și, indiferent cât de atent privești, nu poți să urmărești totul tot timpul. Oricum, și dacă ai putea, în jumătate din timp creierul e în pauză de țigară și rulează filmulețe vechi.

REFLECTORUL, VĂ ROGI

Când un magician face trucul ăsta (sau orice alt truc implicând o dispariție sau un transfer fals – un obiect mic pare să dispară ori să reapară), mai întâi are grijă să te pregătească, la nivel de așteptare, apoi îți direcționează atenția sau ți-o distrage și, finalmente, exploatează acea

întârziere de o zecime de secundă de la nivelul percepției cerebrale (în acest caz, percepția mișcării), astfel încât să te determine să vezi ceva ce nu există. Fenomenul acesta se numește persistență retiniană – el apare când realitatea fizică se mișcă mai rapid decât pot să se activeze neuronii (adică aproape tot timpul). Din acest motiv, preț de o fracțiune de secundă, mintea conștientă vede un soi de imagine-fantomă a ceea ce a fost prezent (sau a ceea ce ea crede că ar fi trebuit să fie prezent).

O demonstrație mai elaborată a aceluiași principiu este „Cupe și Bile", un truc magic standard, care datează încă din Roma antică – o versiune sau alta a lui fiind practicată și azi aproape peste tot în lume. Manevra implică trei cupe așezate cu gura în jos și trei bile identice (atât cât poți să-ți dai seama); fiecare bilă este pusă pe fiecare cupă întoarsă.

Magicianul începe prin a muta fiecare bilă sub fiecare cupă, apoi ridică prima cupă, ca să arate că prima bilă a dispărut. După ce așază prima cupă la loc, magicianul ridică a treia cupă, ca să arate publicului că bila dispărută de la prima cupă s-a materializat dedesubtul celei de-a treia cupe, alături de cea de-a treia bilă. După ce așază cea de-a treia cupă la loc, deasupra celor două bile, magicianul ridică a doua cupă. În acel moment se vede că, în mod misterios, toate cele trei bile au apărut sub a doua cupă. Magicianul așază la loc a doua cupă, apoi o ridică din nou și toate cele trei bile au dispărut. Dispozițiile și transpozițiile devin din ce în ce mai rapide și mai complicate, pe măsură ce magicianul face bilele să dispară și să reapară în moduri din ce în ce mai impresionante, mai surprinzătoare și mai derutante.

În acest truc vedem că există trei bile, nu una; ideea e ca magicianul *să le arate* pe toate, nu să le ascundă de tine; finalmente însă, e vorba doar despre o variantă a clasicului joc cu cochilii. Cele trei bile dau impresia că apar, dispar și se mută ca prin magie de sub o cupă sub o altă cupă, pentru

că, în realitate, în joc există *mai mult* de trei bile. Iar magicianul practică o formă elaborată de iuțeală a mâinii – o tehnică similară cu palmarea bobului de mazăre de la jocul cu cochilii, dar mai complexă, fiindcă bila nu trebuie să dispară cu totul. Ea trebuie să reapară undeva, iar magicianul trebuie să manipuleze trei bile simultan. O mână exersată și o distragere semnificativă a atenției sunt absolut necesare, dar, când trucul e făcut ca la carte, efectul e... magic!

În 1975, un magician tânăr și necunoscut stătea într-un bistro, împreună cu partenerul lui, să-și exersa propria versiune a trucului „Cupe și Bile". Fiindcă se afla într-un bistro, nu într-un teatru, magicianul nu avea la îndemână o recuzită reală. Însă e vorba doar despre un exercițiu, așa că se declarase mulțumit folosind bucățele de hârtie făcute ghem și pahare de apă întoarse cu gura în jos. Atât doar că paharele erau transparente; deci puteai să vezi cum „bilele" erau palmate, mutate și înlocuite. Ceea ce ar fi trebuit să anuleze iluzia. În loc de asta însă, magicianul a descoperit ceva remarcabil: deoarece atenția noastră nu poate să se concentreze realmente decât pe un singur lucru în parte și deoarece percepția realității are o întârziere față de realitate destul de mare, iar creierul nu poate să apeleze constant la scurtături, astfel încât să creeze o reprezentare coerentă a realității, *iluzia continua să funcționeze*.

Persistența retiniană era în continuare prezentă, deși trucul era practic dezvăluit întru totul. În realitate însă, tocmai din acest motiv trucul era și mai surprinzător, și mai derutant, și mai remarcabil: deși partenerul lui putea să vadă tot ce se întâmpla dedesubtul și în spatele paharelor transparente, el *tot vedea* bilele dispărând și reapărând, în mod misterios, în locuri diferite. Sau așa cum a explicat magicianul: „Ochii puteau să vadă mișcările, dar mintea nu putea să le înțeleagă. Faptul că trucul era dezvăluit nu dezvăluia de fapt nimic, fiindcă privitorul tot nu putea să-l înțeleagă."[12]

Deși faptul c-au arătat publicului cum funcționa trucul i-a supărat pe mulți dintre ceilalți magicieni profesioniști, paharele transparente au reinventat vechiul joc cu „Cupe și Bile". Trucul a devenit mai bun și le-a adus celebritatea magicianului și partenerului său. O celebritate fantastică! Finalmente, magicianul și partenerul lui au ajuns să prezinte acest truc și multe altele sub numele de scenă „Penn și Teller". Abordarea neobișnuită a devenit marca spectacolelor de magie „Penn și Teller"; în loc să pretindă că realizau acte autentic magice, ei creau și deconstruiau iluzii pentru publicul larg. Și făceau totul astfel încât să dezvăluie ceea ce Teller a numit „escrocarea cotidiană a percepției"[13].

„De fiecare dată când faci un truc magic, tu te angajezi de fapt într-un experiment psihologic", a spus Teller. „Dacă publicul se întreabă «Cum naiba a făcut chestia asta?», înseamnă că experimentul a fost unul de succes. Ceea ce am făcut eu a fost să exploatez eficiența minții oamenilor din public."[14] În concluzie, ceea ce Penn și Teller au arătat, folosind pahare transparente pentru jocul cu „Cupe și Bile", nu a fost ce se întâmpla dedesubtul paharelor, ci ceea ce se întâmplă în creierul nostru. Și cum. Incapacitatea noastră adânc înrădăcinată de a procesa informațiile în timp real sau de a gestiona ambiguitățile perceptive rezultă în faptul că creierul ne arată un soi de realitate reprezentativă – de care avem absolută nevoie ca să funcționăm –, dar una care adesea nu ilustrează cu acuratețe realitatea.

DISPARIȚIILE

Dacă trucurile magice sunt un soi de psihologie experimentală, atunci bănuiesc că nimeni n-ar trebui să fie surprins când, ocazional, psihologia experimentală se transformă

într-un truc magic – și face să dispară o întreagă... persoană. Ceea ce s-a întâmplat în urmă cu vreo douăzeci de ani, când Daniel Simons și Christopher Chabris au realizat un experiment devenit de-acum celebru, având ca subiect „o formă de invizibilitate" cunoscută sub denumirea de orbire neatențională[15]. Experimentul a fost destul de simplu: unui grup de subiecți i s-a arătat o înregistrare video cu oameni care jucau baschet. Subiecților li s-a dat o sarcină simplă, pe care s-o realizeze în timpul vizionării, iar ulterior li s-au pus întrebări despre film. Probabil că și voi ați văzut filmul, fiindcă a devenit un adevărat fenomen, el având ramificații în domenii diferite, precum criminalistica, psihologia, istoria și neuroștiința.

În filmul arătat participanților la experiment printre jucători erau și trei cu tricouri albe. Subiecților li s-a spus *să-i urmărească atent în special pe jucătorii cu tricouri albe* și să numere de câte ori aceștia își pasau mingea. Jocul decurge normal, dar, după vreo treizeci de secunde, pe teren apare o persoană îmbrăcată într-un costum de gorilă. Gorila traversează degajată terenul, în timpul jocului, privind direct în obiectivul aparatului de filmat și bătându-se cu pumnii în piept. Apoi iese, pur și simplu, din cadru. Iar jocul continuă neîntrerupt pe parcursul întregului episod[16].

La sfârșitul filmului, subiecții au fost întrebați dacă l-au urmărit cu atenție și, dacă da, ce au văzut. Unii au văzut numărul corect de pase, alții, nu. Dar majoritatea subiecților s-au uitat direct la gorilă și *n-au văzut absolut nimic.*

În acest caz, problema nu o reprezintă cogniția perceptivă întârziată – gorila a stat pe teren ceva vreme –, ci concentrarea atenției. Vă amintiți c-am spus că omul nu vede nimic în afara lucrului asupra căruia se concentrează? Creierul pur și simplu compune imaginile bazându-se pe așteptări. Imaginea gorilei nu a fost scurtă și rapidă; subiecții n-au ratat-o. Pur și simplu, ei *nu s-au așteptat* să

vadă o gorilă (e perfect logic *să nu te aștepți* să vezi o gorilă în timpul unui meci de baschet), ca atare n-au văzut-o. Conform spuselor lui Simons, „această formă de invizibilitate nu depinde de limitele ochiului, ci de limitele minții"[17].

Așa cum creierul ne arată ceea ce el anticipează că ochii urmează să vadă – de pildă, ridicarea în aer a bilei de cauciuc, la a treia aruncare –, tot așa el poate să *nu* ne arate ceva ce nu anticipează. E la fel ca situația cu bila de cauciuc, doar că în sens invers. Cortexul vizual se pare că e la fel de vulnerabil ca mintea conștientă în raport cu prejudecata de confirmare și cu disonanța cognitivă. Creierul subiecților literalmente n-a putut să-și creadă ochilor – așa că, pur și simplu, a scos gorila din scenă*.

Ceea ce probabil că vă face să vă întrebați ce alte lucruri ați mai scos, prin „photoshopare", din câmpul vederii: fantome? OZN-uri? Monștri marini? Probabil că nimic din toate astea... dar *nu aveți cum să știți* cu certitudine, nu-i așa? Deși nu pot să mă exprim în privința elementelor cu-adevărat fantastice, *pot* să mă exprim cu privire la *alte* lucruri pe care creierul vostru a refuzat în mod frecvent să le vadă: mai exact, e vorba despre orice schimbare *neașteptată*, indiferent cât de mică, de evidentă sau de importantă ar fi fost ea. Așa cum a spus Simons: „Noi, în mod conștient, vedem doar un mic subset din lumea noastră vizuală, iar când atenția ne e concentrată asupra unui lucru, nu mai observăm alte lucruri neașteptate dimprejurul nostru – inclusiv lucruri pe care am putea să ne dorim să le vedem."[18]

---

* Așa cum a fost și cu „Rochia", o altă senzație internaută virală (care unora le apărea în albastru și negru, iar altora, în alb și auriu), care a subliniat, la rândul ei, prăpastia dintre ceea ce suntem siguri că vedem și ceea ce există în realitate (n.a.).

PROBLEMA CU PERCEPȚIA

În 2010, Daniel Simons a hotărât să profite de faptul că filmulețul cu gorila devenise viral și să mai facă un experiment, unul care țintea tot refuzul nostru de a vedea ceea ce se află chiar în fața ochilor noștri[19]. În esență, experimentul era același, filmulețul era același, sarcina dată subiecților era aceeași, atât doar că, de data asta, după cum a explicat Simons, deoarece primul filmuleț făcuse o așa de mare senzație, „privitorii *se așteptau* acum ca gorila să-și facă apariția. Ceea ce s-a și întâmplat. Numai că privitorii erau atât de concentrați să se uite după gorilă, încât au trecut cu totul cu vederea alte evenimente neașteptate, precum faptul că draperia de pe fundal și-a schimbat culoarea".[20]

Acest subset de orbire neatențională se numește orbire de schimbare și e chiar mai tulburător. În esență, dacă un lucru se schimbă – chiar și radical –, iar tu nu te aștepți la asta, mintea ta nu va conștientiza schimbarea. Și, cu toate că ideea asta, în sine, e deja îngrijorătoare, presupunând că fenomenul ar apărea doar când e vorba despre iuțeala mâinilor cuiva, despre stimuli de fundal repetitivi ori despre trucuri magice, ceea ce e și mai îngrijorător e că s-a dovedit că fenomenul apare și în cazul unor evenimente ample și complexe.

De exemplu, într-un alt experiment realizat de Simons, pentru a testa tocmai magnitudinea și amploarea orbirii de schimbare, cercetătorul i-a cerut unui experimentator să se comporte ca și când s-ar fi pierdut, astfel având pretextul necesar ca să oprească la întâmplare oameni pe stradă și să-i roage să-l ajute. Experimentul aborda subiectul neavizat și, explicându-i că s-a pierdut, îi solicita ajutorul ca să se orienteze. Odată ce subiectul era angajat profund în oferirea de indicații cu privire la traseu, alți doi

membri ai echipei (care jucau rolul de trecători needucați) își croiau drum chiar printre experimentator și subiect, blocând temporar vizibilitatea subiectului în raport cu bărbatul cu care vorbea. În acele câteva clipe, experimentatorul făcea rapid schimb de locuri cu unul dintre cei doi „trecători" și pleca însoțindu-l pe celălalt, ca și când nimic nu s-ar fi întâmplat, lăsându-l pe subiect în plină conversație cu o cu totul altă persoană, al cărei aspect fizic aducea doar vag cu al lui.

Bizar, nu-i așa? Dacă treaba asta vi s-ar fi întâmplat vouă – să vorbiți cu un străin, alte două persoane să treacă printre voi și brusc străinul cu care discutați cu o secundă înainte să se transforme ori să fie înlocuit de un cu totul alt individ –, *ați fi sesizat* schimbarea, nu-i așa? Ați fi fost uluiți, nu? Dacă răspunsul vostru e „Da, bineînțeles", greșiți. La fel ca toți oamenii care n-au văzut gorila din mijlocul meciului de baschet, majoritatea subiecților lui Simons au continuat discuția cu noul partener fără să fi observat nimic.

Realitatea faptică rămâne statică indiferent de opinia sau de percepția noastră. Tocmai din acest motiv ea și e realitate faptică. Dar deși realitatea faptică e obiectivă, cum poți să determini care fapte *sunt* realitate? Dacă creierul produce vasta majoritate a lucrurilor pe care le vezi, le auzi și le simți, nu în baza inputurilor senzoriale, ci în baza așteptărilor individuale legate de respectivele inputuri, atunci cât de sigur poți să fii de realitatea lucrurilor în cauză? Ești *sigur* că ai văzut bila de cauciuc? Ești sigur că *nu* ai văzut o gorilă?

Voi, toți, ați pune pariu pe un răspuns pozitiv la aceste întrebări?

Faptul că magicienii, escrocii de pe străzi și hoții mărunți rulează aceleași scheme de mii de ani sugerează că... n-ar cam trebui să puneți pariu. Problema cu percepția e că ea se petrece cu totul în mintea voastră. Nu este o

transmisiune infailibilă de fapte din lumea înconjurătoare, transmisiune având ca receptor creierul; nu e o înregistrare indelebilă a respectivelor fapte. Percepția e aproape o opinie.

Dacă creierul vostru refuză să vadă o gorilă, atunci ochii devin cam irelevanți. Și, la drept vorbind, *și gorila devine irelevantă.* Noi, oamenii, ne țesem singuri propria înregistrare a realității, din memorie, așteptări, prejudecăți și neatenție. Așa că nu e de mirare că două persoane nu pot să cadă complet de acord cu privire la ce au văzut – fiindcă nimeni n-a văzut *realmente* nimic. Oamenii doar cred că au văzut ceva, întrucât creierul le-a arătat ceva. În același timp, doar asta era de văzut. Și creierul ce să facă mai mult? Ăsta e motivul pentru care declarațiile martorilor sunt întotdeauna neconcordante, sunt un amalgam de detalii contradictorii; pentru care deciziile arbitrilor sunt atât de disputate; și pentru care nu putem să ne vedem cheile pierdute, deși ne uităm direct la ele.

Cu toții suntem atât de siguri că știm adevărul, totuși nu avem nicio metodă reală prin care să facem distincția între realitatea factuală și percepția noastră în ceea ce o privește. Lucrurile pot să fie reale, dar niciodată nu putem să fim cu-adevărat siguri de ceea ce am văzut – sau n-am văzut. Întotdeauna vom vedea automat – cel puțin în clipa respectivă – doar ceea ce creierul a fost pregătit să vadă, așa cum întotdeauna vom crede ceea ce am fost pregătiți să credem.

TRAȘI PE SFOARĂ

În varianta lui de bază, jocul cu cochilii se bazează pe percepția fizică: el demonstrează că instrumentul nostru cel mai important, în evaluarea adevărului, nu există realmente. Sau, cel puțin, că el nu funcționează așa cum

credem noi, permițând astfel (la fel ca teoria minții) pervertirea sistemului pe care ar trebui să-l reglementeze. Poți să fii păcălit doar pentru că poți să vezi, prin urmare crezi că lucrurile pe care le vezi sunt adevărate.

O altă variantă a jocului cu cochilii este o escrocherie numită „Mărunțișul"[21]. E o șmecherie foarte rapidă, prin care poți să câștigi o sumă mică. Ea se bazează pe același gen de oglindire direcționată, pe aceeași neatenție care survine când ești confruntat cu prea multă informație, cu mișcări și schimbări rapide, care exploatează întârzierea perceptivă, la fel ca „Unde-i dama?".

Manevra funcționează în felul următor: intri într-un magazin sau într-o benzinărie și cumperi un nimic. Îi dai vânzătorului o bancnotă de 10 dolari; el îți dă rest o bancnotă de 5 dolari, câteva bancnote de 1 dolar și niște monede. În timpul ăsta îi faci omului conversație, îl privești direct în ochi, te scotocești în portofel sau în geantă ca să găsești banii mai mici, care să acopere suma. Faci pe tejghea o învălmășeală de bancnote și de monede diferite. Vorbești continuu și îl țintuiești pe vânzător cu privirea, uitându-te doar din când în când la dezordinea de pe tejghea. În mod inconștient, vânzătorul îți va imita mișcarea ochilor și se va uita și el la tejghea. Astfel ai timp să schimbi bancnotele. Dar, mai important, apariția mai multor combinații de mărunțiș va produce confuzie în memoria pe termen scurt a vânzătorului, făcându-l să nu mai știe care a fost cifra inițială, de fiecare dată când privirea ta îi forțează privirea (prin oglindire) să se uite în jos, la grămada tot mai mare de bancnote și de monede diferite.

În timp ce vorbești și te scotocești și te uiți țintă la el, în spatele tău se face coadă. Asta îi va împărți atenția vânzătorului (în măsura în care atenția poate să fie împărțită vreodată cu succes), făcându-l tot mai grăbit și mai încurcat, producându-i un stres neurologic care-i va crește

tendința naturală de a crede că imaginea văzută reprezintă adevărul. Vorbind în continuare, începi să-ți numeri restul, alegând dintre bancnotele mototolite pe care le-ai adunat pe masă.

Pe măsură ce coada se mărește și vânzătorul devine tot mai neatent și mai agitat, schimbi abordarea: „Stai așa, pot să-ți dau hârtiile astea de 1 dolar și încă una de 1 dolar ca să-mi dai o hârtie de 5 dolari?" Sigur că da, nimeni nu refuză o asemenea cerere. Și când omul începe să-ți schimbe banii, îl întrerupi din numărat și-i spui: „Stai, dă-mi mai bine hârtiile alea de 1 dolar și-ți dau eu hârtia asta de 5 dolari și încă patru hârtii de 1 dolar." (La momentul ăsta, clienții din spatele tău au început deja să vocifereze sau, cel puțin, să geamă audibil – crescându-i vânzătorului stresul și, prin urmare, prejudecata de sinceritate.) „Și... ăăă... n-ai putea să-mi dai 20 de dolari?" (Și continui să miști bancnotele din și în portofel sau geantă, privindu-l țintă pe vânzător și vorbind neîntrerupt.) „Da, acum am rezolvat!" Și, cu asta, i-ai inoculat ideea că socoteala a fost făcută de el, ceea ce îl pregătește pe vânzător să fie de acord cu tine.

La momentul ăsta, e foarte probabil că el îți va da bancnotele pe care i-ai sugerat să ți le dea, doar ca să elimine coada, de vreme ce nivelul de stres i-a ajuns la insuportabil – și pentru că omul a pierdut complet șirul calculelor, dar mai ales pentru că o hârtie de 5 dolari și încă alte patru de 1 dolar fac 9 dolari. Ceea ce, pe moment, *sună* în regulă, căci el avea deja cifra 9 în minte. Ăla era restul pe care trebuia să-l primești din start, la bancnota ta de 10 dolari. Dacă omul nu acceptă pe loc, îi risipești potențiala neîncredere corectându-te; spui „Stai așa! Nu e bine! Uite, îți dau *eu ție* 10 dolari, ba nu... tu să-mi dai... vai..." și o iei de la capăt, cu și mai multe bancnote și monede. Și continui tot așa, până când omul se zăpăcește

de tot, nu-și mai aduce aminte cât trebuia să-ți dea rest și de-abia așteaptă să te facă să pleci de-acolo, ca să se miște coada, așa că îți dă exact banii pe care i-i ceri.

Când manevra e făcută corect, poți să pleci cu o cumpărătură gratuită de 1,50 de dolari și cu un „rest" de 20 de dolari. Însă ceea ce am descris eu aici nu e doar o metodă rapidă de a face rost de 20 de dolari; reprezintă însăși esența faptului că percepția nu e ceea ce credem noi că e.

Deși este aceeași escrocherie simplă, „Mărunțișul" depășește cu un pas sau doi cerințele jocului de cărți sau ale celui cu cochilii, care, în principal, exploatează cogniția perceptivă întârziată. La fel ca trucul cu bila de cauciuc, „Mărunțișul" folosește o cantitate apreciabilă de pregătire comportamentală. Începând cu faptul că ochii tăi le indică ochilor vânzătorului unde să se uite, până la faptul că vânzătorul din benzinărie se așteaptă să fie jefuit cu o armă, nu cu un zâmbet, tu exploatezi unghiurile moarte neurologice ale țintei, în timp ce, simultan, îi determini răspunsurile la ceea ce *vede realmente*.

În acest punct probabil că vă întrebați de ce vă povestesc atâtea despre hobby-urile mele. Chestia e însă că aici nu e vorba doar despre un hobby *al meu*; CIA-ul joacă un joc foarte similar în războaiele sub acoperire pe care le poartă.

FII ATENT

Escrocheriile astea simple, minciunile astea fundamentale există, alături de noi, în permanență. Sunt țesute în viețile noastre – în creierul, în credințele noastre și în fluturii din curtea casei noastre. Aceste înșelătorii simple susțin însăși societatea în moduri pe care nu le-ați sesizat niciodată. V-ați întrebat vreodată de ce firmele-fantomă sunt denumite în engleză „shell companies", deci „firme-cochilie"?

Pentru că sunt folosite la fel ca acele cochilii de joc răsturnate cu gura în jos – nu atât ca să ascundă bani, ci mai mult *ca să mute* banii dintr-un loc în altul într-o manieră care induce în eroare sau înșală. Deci, în realitate, e vorba mai curând despre pahare transparente decât despre cochilii. Fiindcă banii îi vezi tot timpul, însă inducerea în eroare tot funcționează; urmărești întreaga manevră, totuși habar nu ai unde au ajuns banii și cum au ajuns acolo.

Jocurile cu cochilii îmbracă, surprinzător, cele mai diverse forme, însă, indiferent cât de ample și de elaborate devin, miezul rămâne același.

Iată un exemplu: în 1979, sub cochilia numărul 1, în Iran a avut loc o „revoluție" violentă, în urma căreia autoritarul șah – dar prieten al Americii – a fost răsturnat de la conducerea țării și exilat, împreună cu familia lui, iar numeroși cetățeni iranieni au fost uciși. Au fost luați ostatici occidentali, mulți oameni au fost spânzurați de macarale și, în cele din urmă, ayatollahul Khomeini a preluat puterea și a declarat Iranul califat. Americii nu-i plac *deloc* califatele (și nici luările de ostatici – un alt factor care a dus la despărțirea urâtă de Iran), așa că, în mod justificat, asta a generat o situație de ruptură între cele două țări.

Dar știți ce-i place *foarte* mult Americii? Comerțul cu arme (doar luând în considerare cifrele, e limpede că războiul este unul dintre principalele noastre produse de export), precum și trasul pe sfoară.

Vedeți, înainte de „revoluție", Statele Unite erau singurul și cel mai mare furnizor de arme al Iranului. Așa că, atunci când regimul s-a schimbat, așa cum se întâmplă adesea, iar ayatollahul Khomeini a tăiat toate legăturile cu Statele Unite, noi am ripostat prin sancțiuni drastice, inclusiv printr-un embargou pe arme, denumit Operațiunea

Staunch*. Embargoul a fost ideea noastră. Acesta e un detaliu important. Și nu doar că am impus un embargou asupra armelor, dar am și etichetat noul regim ca stat terorist, am făcut lobby, am îndemnat și (în unele cazuri) am constrâns toate țările în care aveam trecere să-i impună Iranului sancțiuni similare și să refuze să-i mai vândă arme. Și-n acțiunea asta am avut foarte mare succes.

Firește, acest mare succes a dus la o situație problematică, întrucât noul califat iranian trebuia să-și cumpere arme *de undeva*, mai ales după ce, în 1980, s-a angajat într-un război cu Irakul, război care avea să se întindă pe zece ani. Și cu toate că asta ar părea a fi fost doar problema Iranului, nu a Statelor Unite... în realitate a fost o problemă și pentru noi. Consiliul Național de Securitate și-a dat seama că, dacă refuzam să le mai furnizăm arme, atunci aproape sigur Iranul avea să le cumpere de la Uniunea Sovietică, lărgind astfel sfera de influență sovietică și oferindu-le sovieticilor un nou aliat. Or, în perioada cea mai dură a Războiului Rece, așa ceva nu trebuia să se întâmple. Prin urmare, indiferent de poziția noastră oficială, trebuia să găsim o cale prin care să continuăm să-i furnizăm Iranului arme – ca să-i oprim să bată din gene înspre Rusia.

Acum, în același an, 1979, de cealaltă parte a globului, sub cochilia numărul 2, guvernul din Nicaragua, mai mult sau mai puțin democratic, a fost răsturnat și el de revoluționari: adică de cei din Frontul Sandinist de Eliberare Națională. Sandiniștii erau mai puțin fanatici religioși și mai mult socialiști/fasciști. Or, dacă există ceva care îngrozește America mai mult decât teocrația, atunci acel ceva e spectrul comunismului.

---

* Denumirea nu e inventată (n.a.).

Opinia publică din Statele Unite se opunea cu vehemență angajării într-un război în Nicaragua, însă inamicii sandiniștilor, contrarevoluționarii – sau contras, pe scurt –, erau dispuși să se ocupe ei de luptele de teren. Așa că un război sub acoperire a fost soluția perfectă. În plus, din motive care depășesc înțelegerea (cel puțin a mea), noul președinte ales al Statelor Unite, Ronald Reagan, era topit după contras, asemuindu-i cu părinții fondatori ai Americii. Așa că, în loc să trimitem trupe care să lupte cu sandiniștii în America de Sud, noi am trimis bani. *Mulți bani!* În 1980, administrația Reagan a autorizat CIA-ul, în secret, să-i „asiste" pe contras cu fonduri, cu arme și cu oameni care să-i instruiască pentru luptă.

Dar de unde s-a făcut rost de banii respectivi? Cu siguranță, nu au fost primiți de la Congres – căci întreaga afacere era superilegală. În 1982, Congresul chiar a trecut Amendamentul Boland (primul dintre ele), care interzicea „utilizarea de fonduri cu scopul de a răsturna guvernul din Nicaragua sau de a provoca un război între Nicaragua și Honduras". Vedeți așadar că legea era cât se poate de specifică: nu faceți asta! În consecință, CIA a tras fondurile necesare din bugetul militar și, în secret, a continuat să-i vândă arme Iranului. Aceluiași Iran căruia America susținuse ca nimeni să nu-i mai vândă arme! Dar cum poți să vinzi arme în secret, către o întreagă țară? Păi, ai nevoie de o a treia cochilie – de un intermediar. În acest caz, intermediarul a fost Israelul.

Statele Unite i-au dat armele (bila numărul 1) Israelului (cochilia numărul trei), Israelul le-a vândut Iranului (cochilia numărul 1) și apoi Israelul (cochilia numărul trei) le-a dat Statelor Unite banii (bila numărul 2) – pe care ulterior Statele Unite i-au trimis în secret luptătorilor contras (cochilia numărul 2), asigurând astfel fondurile pentru războiul sub acoperire (bila numărul 3) care fusese în mod

expres interzis de Amendamentul Boland. Mă urmăriți în continuare cu atenție? Această manevră internațională a fost repetată de nenumărate ori, în cadrul unei operațiuni cunoscute azi ca Scandalul Iran-Contra, dar pe care administrația Reagan a numit-o simplu „The Enterprise".

Întâmplător, și Soapy Smith își numea escrocheria tot „The Enterprise".

În cele din urmă, totul s-a aflat și ambele camere ale Congresului au intrat în șoc. La momentul acela, „The Enterprise" devenise o operațiune și mai complicată, întrucât contras începuseră să furnizeze tone de cocaină, care să fie vândute în SUA, pentru a genera fonduri adiționale. În 1982, Congresul a trecut și al doilea Amendament Boland, în încercarea de a pune capăt operațiunii. Dar, *Congresule*, nu e cu putință să votezi încetarea unui război sub acoperire, căci, oficial, el nu există! Așa că administrația Reagan a continuat, într-o manieră nu chiar atât de secretă, să joace nestingherită, vreme de ani buni, același joc cu cochilii arme-pentru-bani-pentru-arme-pentru-cocaină-pentru-bani-pentru-arme cu Iran/Israel/Nicaragua.

Mă îndoiesc că bila *asta* de cauciuc o să mai reușiți s-o urmăriți!

3

NU TE LĂSA INDUS ÎN EROARE

Pretextele și natura adesea înșelătoare a lucrurilor

„Minciuna, cu cât e mai aproape de adevăr, cu atât e mai bună, iar adevărul însuși, când poate să fie folosit, e cea mai bună minciună."

ISAAC ASIMOV

„Nu există nimic mai înșelător decât realitatea evidentă."

ARTHUR CONAN DOYLE

MINTE-L ȘI TRAGE-I PREȘU'

Există nenumărate variante ale escrocheriei „minte-l și trage-i prețu'", toate având propriile lor denumiri colorate: „sărătura", „dă-i cu auru'", „dă-i cu plusu'", „dă-i cu neveu'". Dar, în esență, toate sunt aceeași escrocherie de bază. Pe scurt: îi promiți țintei ceva, apoi îi dai altceva, un lucru care

are o valoare mai mică sau nicio valoare. Ceea ce nu-i la fel de simplu ca a oferi ceva ce nu există sau a spune o minciună gogonată. Spre deosebire de Minciuna Colosală, care este un fals total și care, pentru a te confuza, se bazează pe simpla lipsă de plauzibilitate, „minte-l și trage-i preșu'" implică utilizarea de dovezi sincere pentru o manevră nesinceră.

DIMENSIUNILE MINCIUNILOR

Iuțeala de mână și deficiențele cognitive pe care le exploatează sunt întotdeauna eficiente. E imposibil să nu te lași dus de nas – pur și simplu, așa este structurat creierul nostru. Deși abordarea asta funcționează de minune în cazul trucurilor magice și pentru escrocheriile stradale, ea nu exploatează realmente decât acea întârziere cognitivă de o zecime de secundă, deci, dacă nu e combinată cu altă tehnică, ea nu e utilă decât pentru escrocherii de foarte scurtă durată. Pe de altă parte, Minciuna Colosală vinde ficțiuni vizibile, persistente și absurd de mari, ceea ce e ironic, dat fiind că aceste minciuni sunt foarte credibile.

Dar cum spui o minciună de dimensiuni medii? Pentru că asta e dimensiunea majorității minciunilor.

Răspunsul e că trebuie să apelezi la ambele tehnici. Nu întotdeauna e suficient să minți pe cineva cu ceea ce spui și să te bazezi pe teoria minții acelei persoane și pe încrederea în realitatea obiectivă. Uneori trebuie să plusezi în ceea ce privește realitatea obiectivă, adică să manipulezi faptele reale, înconjurând cu ele minciuna – dovezi concrete și lucruri pe care victima le știe cu siguranță (doar aparent) ca fiind adevărate, lucruri pe care poate să le vadă cu ochii ei și care susțin minciuna.

De exemplu, „dă-i cu auru'", presupune „învelirea" unei bucăți de plumb într-un strat de aur suficient de gros

ca să poată să fie zgâriat sau pilit de cumpărător şi tot să pară că bucata de plumb e din aur masiv – cel puţin până la topire. În miezul schimbului se află o minciună, însă tot restul e real. Iniţial, ţinta are încredere în afacere (care adesea e prea bună ca să fie adevărată), fiindcă a văzut o dovadă absolut zdrobitoare. Din păcate, pentru ţintă, odată ce tranzacţia e încheiată, iar tu ai dispărut de mult din peisaj, dovada fie s-a evaporat împreună cu tine sau, asemenea aurului care „învelește" bucata de plumb, se dovedeşte a fi fost „reală", dar menită să inducă în eroare.

Oamenii cred întotdeauna în dovezi. Dacă au încredere în propriii ochi şi dacă au încredere nu doar în ceea ce văd, dar şi în alte realităţi care le sunt deja cunoscute, atunci e vorba doar despre un calcul greşit pe care îl fac, astfel încât să ajungă să creadă şi concluzia pe care tu le-ai prezentat-o.

În plus, oamenii *vor* să creadă în tine. Dar despre asta o să discutăm ceva mai târziu.

GOANA DUPĂ AUR

Cu mult înainte să devină Silicon Valley, Bay Area era celebră pentru un cu totul alt produs: aurul. Oraşul San Francisco a prins viaţă, asemenea unei scântei, şi apoi a căpătat amploare, asemenea unei explozii, şi atunci, ca şi acum, era plin cu oameni care încercau să se îmbogăţească. Unii au reuşit, dar majoritatea, nu. Însă oriunde există posibilităţi există şi speranţă. Iar în anii care au urmat Goanei după Aur din California, din 1848, din California, minele false de aur au apărut precum ciupercile după ploaie, în tot Vestul american.

Una dintre cele mai comune escrocherii din perioada Goanei după Aur a fost „pudrarea" cu praf de aur a minelor

sterile. Pudrarea unei mine presupunea „plantarea" într-o anumită zonă a unei cantități altfel insignifiante de aur, astfel încât să se creeze iluzia existenței unor depozite de aur nativ. Într-o mină sterilă se împrăștiau particule de praf de aur sau fulgi de aur, astfel încât mina să pară a fi bogată în minereu neexploatat. Odată cu Goana după Argint din Colorado, din 1859, manevra s-a extins și acolo. În Vest, aur și argint autentice existau din belșug. Dar oriunde apare un boom, apar și oameni dornici să se îmbogățească și dispuși să creadă aproape orice – iar oriunde merg ei apar și furnizorii profesioniști de visuri, mai mult decât încântați să le împlinească dorința. Verii Philip Arnold și John Slack, din Kentucky – din generația 1849, a celor care au trăit modest din prospecțiuni miniere, dar niciodată nu s-au îmbogățit realmente –, au fost doi astfel de indivizi.

În 1872, Philip Arnold și John Slack au inventat o variantă foarte interesantă a escrocheriei „dă-i cu auru'", reușind să convingă nu numai câțiva prospectori cu o pregătire îndoielnică, ci și o mulțime de personaje din elita societății, capitaliști, bancheri și gemologi (printre care s-a numărat și Charles Lewis Tiffany), de bogăția unei mine de aur. Toți aceștia s-au hotărât să investească sume uriașe într-o mină de geme complet lipsită de valoare, aflată în nord-vestul statului Colorado, care nici măcar nu se afla în posesia lui Arnold și Slack. Fiind păcăliți să creadă că acea bucată de pământ avea să le producă munți de diamante, rubine, smaralde, safire și granate, n-au mai stat pe gânduri.

Iar investiția urma să se facă într-o regiune a lumii în care se găsesc puține astfel de minerale – niciodată din abundență și *niciodată* împreună. „Marea escrocherie cu diamante" (care nu a fost o farsă, ci, mai degrabă, o momeală) a devenit cea mai cunoscută manevră frauduloasă din epoca Goanei după Aur, fără să fi implicat niciun

gram de aur[1]. În această escrocherie au fost atraşi un reprezentant al conducerii Statelor Unite, fostul comandant al Armatei Unioniste, avocaţi reputaţi de pe ambele coaste şi cei mai bogaţi bancheri din California până în Londra.

NU TOT CE STRĂLUCEŞTE E AUR

Imaginaţia populară din secolul al XIX-lea era inflamată de Goana după Aur, întrucât apetitul oamenilor fusese deja deschis de Goana după Diamante din Africa de Sud. Presa relata permanent poveşti despre descoperiri fabuloase de diamante în subsolul fermelor din Africa de Sud, gemele abia aşteptând să fie extrase; poveşti despre pietre preţioase uriaşe, scoase ca peştii, din fluviul Orange; şi, mai ales, poveşti despre averi enorme făcute peste noapte. S-ar putea chiar spune că prospectorii americani erau *pregătiţi* să creadă că găsirea diamantelor era inevitabilă. Realitatea era însă mai puţin promiţătoare: chiar dacă se mai descoperise câte un diamant ici-colo, în America de Nord nu se găsise niciun depozit de diamante de calitate şi niciun depozit cu diamante din abundenţă.

Firește, asta nu a oprit imaginaţia nimănui, iar Arnold şi Slack şi-au pus în aplicare escrocheria ca nişte profesionişti.

Au ajuns în San Francisco într-o noapte, târziu, ca doi prospectori murdari şi obosiţi de drum. Sau, cel puţin, aşa s-au prezentat când au ajuns la biroul lui George Roberts, un om de afaceri cu multă influenţă. Roberts era bogat şi avea relaţii, dar se ştia că acţiona rapid şi fără să ţină prea mult cont de realităţi şi de lege. Prospectorii aparent epuizaţi i-au bătut la uşă târziu în noapte, cărând după ei o geantă mică şi murdară din piele, pe care doreau neapărat s-o depoziteze undeva până a doua zi şi să n-o mai plimbe după ei, întrucât avea „o mare valoare"[2].

Cei doi bărbați s-au arătat, în mod deliberat, foarte agitați și au refuzat să dea prea multe detalii, spunând doar că voiau să-și vadă geanta încuiată undeva și în siguranță. Dar nu au dezvăluit ce aveau în ea. I-au spus lui Roberts că îl rugau doar să le depoziteze geanta în seiful său, fiindcă Banca Californiei se închisese deja în seara respectivă. Firește, Roberts a devenit curios – și-și freca mâinile de bucurie – și a început să-i asalteze cu întrebări, pe care Arnold și Slack au făcut tot posibilul să le evite. Până la urmă, Slack, „prostul", a lăsat să-i scape că geanta era plină cu diamante brute. Firește, Roberts le-a spus că vrea să știe totul și n-a acceptat un răspuns negativ. Cei doi șarlatani au mimat panica, din cauza scăpării lui Slack, și au luat-o la picior – conform planului.

Imediat după plecarea lor, Roberts s-a dus și i-a povestit prietenului său William Ralston, fondatorul Băncii Californiei, ce întâlnire profund suspectă – și profund incitantă – avusese cu cei doi idioți care aveau în posesie o geantă cu diamante. Apoi i-a trimis o cablogramă unui alt prieten, un bancher din Londra pe nume Ashly Harpending, care în acea perioadă încerca să-i plaseze lui Ralston stocul de argint. Harpending s-a arătat atât de sigur că „am dat peste ceva care-o să uimească întreaga lume"[3], încât a lăsat totul baltă și și-a luat bilet spre San Francisco.

Până când Harpending a ajuns în oraș, în mai 1871 (în secolul al XIX-lea, călătoria dura mai multe luni), Arnold și Slack îl convinseseră pe Roberts că o a doua incursiune în locația, în continuare nedezvăluită, unde se afla vastul lor câmp cu geme, îi mai îmbogățise cu douăzeci și șapte de kilograme de diamante și de rubine brute. Cea de-a doua „lovitură" valora minim 600 000 de dolari – conform spuselor lui Roberts, care a pretins că dusese nestematele la un bijutier local, care le evaluase. Poate că într-adevăr așa și făcuse sau poate că nu. Oricum, cuvântul lui pe acest

subiect a fost suficient ca să-l atragă în capcană și pe un investitor minier de anvergură, un bărbat pe nume William Lent, și pe generalul american George S. Dodge.

Întregul grup al lui Ralston a căzut apoi de acord că era vital ca Arnold și Slack să fie scoși cu totul din afacere, așa că Ralston le-a dat de urmă și le-a comunicat că aveau de discutat. Ralston își închipuia că avea de-a face cu doi prospectori beți – nu cu un prospector beț și cu un escroc care, aproape pe tot parcursul lui 1870, nici nu făcuse prospectări (așa cum pretindea) și nici nu stătuse acasă, la ferma lui modestă din Kentucky, alături de soție și de copii, ci, în loc de asta, lucrase pe postul de contabil la San Francisco Drill Company, firmă care producea burghie diamantate de calitate industrială.

În anul precedent, Philip Arnold învățase foarte multe despre diamantele brute.

Iar în noiembrie 1870, când părăsise The Diamond Drill Company, luase cu el și o gentuță cu diamante brute de calitate industrială. Acestea, din cauza calității reduse, nu erau prea valoroase, dar *erau* diamante. Și toate diamantele, înainte să fie tăiate și lustruite, arată ca niște pietre murdare și urâte. De asemenea, la un moment dat, mai făcuse rost și de o mână de granate, rubine și safire, mici și brute, pe care le adăugase la conținutul gentuței. Firește însă că nimeni nu știa nimic din toate astea în acea noapte în care el și vărul lui „sosiseră" în San Francisco.

ESCROCI ȘI MAI MARI

Roberts, Ralston, Lent, generalul Dodge și gașca lor din ce în ce mai numeroasă, alcătuită din hoți și bandiți cu greutate, au pornit de la morcovul cu care i-au momit cei doi veri, oferindu-se să cumpere mâna de la Arnold și Slack și

să preia întreaga afacere, întrucât considerau că ei erau mai bine pregătiți să capitalizeze deplin de pe urma unui chilipir de dimensiuni istorice. Inițial, Arnold și Slack au refuzat să-și vândă mâna, susținând că finanțiștii *nu* aveau nicio legătură cu domeniul, dincolo de lăcomie și de dorința de a face și mai mulți bani – unul dintre puținele lucruri adevărate pe care cineva i le-a spus cuiva în această poveste. Însă acesta era doar un strat subțire de adevăr cu care își „înveliseră" escrocheria. Așa cum, în prima noapte, Slack fusese cel care rostise „accidental" cuvintele „diamante brute", și acum tot el a fost cel care a dat impresia că ceda sub presiunea finanțiștilor de a vinde și, într-un final, a acceptat suma de 100 000 de dolari pentru jumătatea lui din afacere.

Ralston i-a dat pe loc lui Slack 50 000 de dolari, pentru jumătatea lui din mină, urmând să-i mai dea alți 50 000, după evaluarea pietrelor. Arnold însă nu s-a lăsat cumpărat la fel de ușor și n-a acceptat decât să mai discute pe subiect, mai târziu, în cursul anului, după ce se va fi întors dintr-o a treia călătorie la locația secretă, călătorie în care avea să plece curând.

În realitate, Arnold și Slack nu plecau spre mina lor secretă, tapetată cu nestemate, ci s-au îndreptat spre un vapor. Au dat o fugă la Londra, unde au folosit cei 50 000 de dolari primiți de Slack ca să cumpere un asortiment de diamante și de alte pietre prețioase, de cea mai bună calitate, tot în stare brută, dintre care o parte să i le dea lui Ralston pentru verificare, iar cea mai mare parte s-o întrebuințeze pentru „pudrarea" minei. Pietrele brute cumpărate din Londra erau de o calitate cu mult superioară celor industriale pe care le prezentaseră până atunci ca produse ale minei. Mai târziu, în cursul aceluiași an, cei doi escroci s-au întors din Londra, împreună cu gemele nou achiziționate. Potențialii lor parteneri habar nu aveau unde fuseseră Arnold și Slack, îi crezuseră pe cei doi când le spuseseră că pe parcursul lunilor

care trecuseră își exploataseră mina, oriunde s-ar fi aflat ea. Era adevărat, imediat după ce reveniseră în California, Arnold și Slack făcuseră un drum și până la mină, dar nu stătuseră acolo decât atât cât fusese necesar ca să-și plaseze momelile, gemele noi și de calitate mai bună. După aceea se întorseseră în San Francisco, cu restul de pietre, pretinzând că se întorceau cu o nouă tranșă de nestemate abia descoperite – o tranșă care, de data aceasta, valora aproximativ 2 milioane de dolari.

Din gașca lui Ralston făceau parte doi generali care luptaseră în Războiul Civil, George McClellan (care fusese contracandidatul lui Lincoln în lupta pentru președinție), Benjamin Butler (un reprezentant al conducerii țării, a cărui sarcină era să netezească orice probleme legale care ar fi putut să apară în Congres, întrucât mina de diamante și pietre prețioase se afla pe teritoriu federal) și Horace Greeley, editorul publicației *The New York Tribune* – care, din întâmplare, avea să candideze la rândul lui la președinția SUA. Gemele cumpărate din Londra au fost duse rapid la New York, ca să li se verifice autenticitatea și să fie evaluate. Grupul s-a reunit în Manhattan, în reședința avocatului newyorkez Samuel Barlow, lor alăturându-li-se mai mulți finanțiști proeminenți, deși cam suspecți. Cu toții așteptau cu nerăbdare întâlnirea cu marele și unicul Charles Tiffany, fondatorul companiei Tiffany and Co. Tiffany a răsturnat pe masa de biliard a lui Barlow o pungă uriașă plină cu diamante, granate, rubine, smaralde și safire, apoi a început „să le studieze cu o mină gravă": a inspectat pietrele una câte una, ridicând-o pe fiecare în lumină, examinându-i suprafața, greutatea și celelalte calități[4]. După o așteptare dramatică, Tiffany a declarat că gemele erau autentice și perfecte și că valorau o avere.

În acest punct, Ralston s-a hotărât să facă orice era nevoie – să se tocmească, să înșele sau chiar să fure – ca să

obțină mina de geme de la cei doi prospectori – un demers complicat însă de faptul că nimeni *nu văzuse cu-adevărat* mina. Niciunul dintre membrii grupului nu știa unde se afla ea sau cum ar fi putut s-o găsească. Ralston a insistat așadar ca – fără a dori să ofenseze pe cineva – un profesionist să inspecteze proprietatea. I-a convins pe Arnold și pe Slack să-l ducă pe un expert în mine, un anume Henry Janin, până la locația secretă – desigur, Janin urma să fie legat la ochi, astfel încât prospectorii să fie siguri că expertul n-avea să trădeze poziția pe hartă a minei, înainte ca părțile să ajungă la o înțelegere. John Slack a fost trimis, fără vărul lui, să-l ajute pe expert – și echipa acestuia – să localizeze mina.

Când expediția organizată de Ralston s-a încheiat și membrii ei au revenit, cu toții erau încântați. Janin a raportat că mina exista într-adevăr și că într-adevăr era plină cu diamante, rubine și multe alte feluri de pietre prețioase. Problema era că Henry Janin era expert în mine, dar nu expert în extragerea din mină a gemelor. Un miner specializat în geme s-ar fi uitat la foarte importantul *context* al diamantelor, nu doar la gemele în sine. Un expert în mine obișnuit nu putea să facă această diferență; el se aștepta să vadă nestematele ori să nu le vadă. Prin urmare, așa a procedat și Janin: el s-a uitat după pietre prețioase și doar asta a văzut.

Însă, în acel moment, expediția a fost considerată un succes uriaș și toată lumea a început să viseze la munți de dolari – toată lumea, mai puțin John Slack. El nu s-a mai întors deloc „la bază". Povestea oficială a fost că Slack dispăruse în mod misterios într-o noapte, după o pretinsă dispută „cu cineva" din tabără, „despre ceva". Deși nimeni, din câte se părea, nu reușea să-și aducă aminte cu cine s-ar fi certat Slack și care ar fi fost subiectul disputei – toți spuneau doar că Slack se înfuriase, plecase și nu mai revenise în tabără.

Povestea nu ține; și a părut cusută cu ață albă încă de atunci, din 1871, când a fost „vândută" întâia dată. Ideea e însă că John Slack n-a mai fost văzut niciodată și nimeni n-a mai auzit vreodată de el. Adevărul, în ceea ce-l privește, a rămas deschis interpretărilor și, ca majoritatea adevărurilor, nu va fi niciodată cunoscut.

Oricum însă, odată ce Slack a dispărut din peisaj, Ralston a devenit convins că nu mai avea de rezolvat decât o singură problemă: problema Philip Arnold. Însă Arnold, de-acum unicul „proprietar" al minei, părea gata să cedeze și să-și vândă în sfârșit afacerea. Ralston i-a plătit lui Arnold puțin peste o jumătate de milion de dolari ca să se facă nevăzut pe veci – iar Arnold exact asta a făcut. Deși era o persoană nedemnă, escrocul a trăit fericit, până la sfârșitul zilelor, la ferma lui din Kentucky, alături de familie (minus vărul „dispărut").

Ulterior, Ralston și gașca lui au fondat The New York Mining and Commercial Company, cu un capital de 10 milioane de dolari, și au început să le vândă acțiuni – foarte rapid – investitorilor. În decurs de câteva luni au fost fondate cel puțin douăzeci și cinci de *alte* companii de explorare diamantiferă. Brusc, toată lumea credea în diamantele americane, așa că toată lumea era pregătită să le și vadă. Întreaga țară era încântată, în special sectorul financiar, iar imaginația publică era inflamată la maximum. Acum, nu doar că destinul nostru manifest era pudrat cu aur și cu argint, dar se părea că și Vestul american era înțesat cu depozite uriașe de diamante.

REALMENTE FALS

Sunt convinsă că ați auzit expresia englezească „the cat's out of the bag", „a scăpat mâța din sac", o expresie

care se referă la dezvăluirea unui secret sau a unei surprize, dar știți de ce ea are acest sens? De fapt, aceasta e o expresie foarte veche și surprinzător de literală. În Evul Mediu, cuvintele acestea desemnau o escrocherie specifică epocii.

Vă rog să aveți puțină răbdare: în vremurile acelea de demult, oamenii străbăteau drumuri lungi, uneori de zile întregi, ca să vândă, să cumpere ori să facă troc cu tot felul de lucruri la târgurile săptămânale sau lunare. Una dintre mărfurile pe care puteai să le cumperi, dacă-ți dădea mâna, era „porcul în sac", ceva ce sună absolut dezgustător, dar în realitate însemna doar un purceluș (totuși destul de scump), introdus într-un sac strâns legat la gură sau cusut. Tu, cumpărătorul, găseai pe cineva care avea porci de vânzare, îți alegea unul mic, chiar dacă neastâmpărat, și, odată stabilit prețul, vânzătorul băga purcelușul într-un sac, pe care-l lega bine la gură sau îl cosea – căci purceii sunt nebunatici și, dacă apucă să scape, nu-i mai prinzi ușor. Așadar dădeai banul și te alegeai cu un porc într-un sac, deci cu un obiect ușor de transportat, nu cu un purcel psihopat și fugar. Sacul putea să se miște și să scoată ceva zgomote, dar valoroasa achiziție era ținută în siguranță în timpul lungii călătorii înapoi, spre casă.

Asta dacă nu cumva erai înșelat.

Caz în care, vânzătorul introducea purcelul în sac sub ochii tăi, însă apoi lăsa sacul jos, undeva unde să nu-l vezi (să zicem la picioarele lui, sub tejghea), preț de o clipă, cât să-ți ia banii. După aceea se apleca și-ți dădea, aparent din același loc, un alt sac, identic însă cu primul, cel care guița. Așa că tu, cumpărătorul, nu vedeai când ți se schimba sacul. Ceea ce făcea ca această escrocherie să fie atât de eficientă era faptul că tu, cumpărătorul, niciodată (doar dacă erai la fel de nebun ca purcelul din sac) nu deschideai sacul pe drum, ci abia când ajungeai acasă și atunci, când erai deja departe de vânzătorul-șarlatan, constatai că

transportaseși nu un purceluș dolofan, ci o pisică furioasă, speriată și necomestibilă, care sărea imediat din sac și fugea. Așadar, în acel punct al poveștii, *mâța scăpa din sac.*

Chestia cu „minte-l și trage-i preșu'" este că nu e ceva la fel de simplu ca a ți se spune o Minciună Colosală și a o crede. La fel ca în jocul cu cochilii, aici intervine un element în plus de manipulare a așteptărilor și a percepției. Dar, în loc să folosească iuțeala mâinilor, „minte-l și trage-i preșu'" te duce de nas cu o altă deficiență cognitivă: presupunerea. Escrocheria asta exploatează sentimentul nostru de certitudine atât în ceea ce privește acuratețea percepțiilor noastre, cât și în ceea ce privește adevărul cunoașterii noastre cumulative (certitudine care ne este necesară ca să funcționăm) – și face asta oferindu-ne dovezi autentice, dar deliberat derutante.

„Dovada reală falsă" e o idee ciudată, dar considerați lucrurile din următoarea perspectivă: diamantele dintr-o mină „pudrată" sunt reale, dar ele au fost scoase, în mod deliberat, din contextul lor corect. O dovadă reală este cerută și primită. Dar, în acest caz, dovada, oricât de legitimă, nu acoperă decât suprafața – asemenea aurului cu care e „învelită" bucata de plumb. Odată ce se confirmă că dovada e reală, orice afirmație a fost făcută și pe care dovada respectivă o susține ajunge și ea să fie crezută ca fiind adevărată – indiferent cât de incredibilă ar fi. Dacă se confirmă că suprafața e din aur, atunci se presupune că întreaga bucată e din aur. În acest caz, minciuna exploatează încrederea noastră *în ceea ce știm deja cu certitudine.*

Așa cum creierul completează bila de cauciuc lipsă, care nu a fost aruncată în sus – pentru că tot ce ai văzut până atunci îți spune că ar fi trebuit să fie aruncată, pregătindu-te astfel să te aștepți s-o vezi –, mintea conștientă face aceleași tipuri de greșeli precum cortexul vizual, greșeli bazate pe experiența prealabilă sau pe informațiile

disponibile. Așa cum vezi că purcelul pe care l-ai cumpărat e introdus în sac, apoi cari un sac identic, conținând un animal de dimensiuni similare, pentru că presupui că în sac e purcelul pe care l-ai achiziționat.

Datorită felului în care mintea noastră e concepută astfel încât să extrapoleze principii generale pornind de la exemple individuale ori să extrapoleze întregul pornind de la fragmente, cu cât omul e mai inteligent, cu atât știe mai multe; și cu atât e mai predispus la a cădea în plasa escrocheriilor.

FLUTURI, ERORI CEREBRALE ȘI IMAGINEA DE ANSAMBLU

Asta se întâmplă pentru că suntem concepuți să eșuăm (ori să reușim) în acest mod, în funcție de acuratețea extrapolării pe care o reușim pornind doar de la un fragment. Oamenii și, de fapt, majoritatea ființelor vii trebuie să fie capabile să realizeze determinări inductive cu privire la natura unui întreg, bazându-se pe expunerea la un fragment. *Așa suntem concepuți să procedăm.* Deși adesea asta duce la erori. Persoana incapabilă să facă aceste judecăți și aceste erori are o problemă la nivelul cortexului vizual. Este vorba despre o disfuncție neurologică numită „deteriorare corticală vizuală" – persoanei îi lipsește capacitatea de a extrapola un întreg (chiar și unul evident) pornind de la fragmente, așa cum ar fi fotografia unui scaun, fotografie din care au fost șterse câteva elemente.

Capacitatea noastră de a face aceste deducții vizuale, bazate pe dovezi, ne permite să funcționăm în lumea fizică. Închipuiți-vă cum ar fi dacă nu ați putea să recunoașteți un scaun, pentru că ar avea o jachetă agățată pe spătar. De asemenea, capacitatea asta ne permite să sesizăm

pericolele (o licărire a solzilor unui șarpe în iarbă) sau situațiile avantajoase (o licărire a solzilor peștelui în apă) mai rapid. Capacitatea de a extrapola reguli generale și identificări concrete fără a vedea sau a cunoaște întregul ne oferă avantaje evolutive majore. Din acest motiv tot ceea ce se află în competiția vieții joacă acest joc.

Fluturele-bufniță – o denumire perfectă – are aripile maro cu gri, cu un model asemănător cu penele. Fiecare aripă are desenată în centru câte o țintă mare și rotundă. Și, cu toate că minciuna lor defensivă nu e la fel de uluitoare ca mișcarea de dispariție-apariție a fluturelui Blue Morpho, ea funcționează la fel de bine, în sensul că le salvează viața. Spre deosebire de sistemul de „apărare prin flash" al fluturelui albastru, care păcălește ochiul și astfel fluturele Blue Morpho „dispare", fluturele-bufniță *vrea* să fie văzut; aripile lui au evoluat astfel încât să inducă în eroare mintea conștientă, arătând, în mod înșelător, asemenea fețel și ochilor unei bufnițe. Asemănarea este atât de mare încât animalele care altfel se hrănesc cu fluturi sunt speriați de aspectul lor, făcând o extrapolare eronată: văd o pereche de ochi și cred că acolo se află o bufniță întreagă.

Capacitatea de a vedea o parte (cum ar fi ochii) și de a extrapola o imagine mai amplă (cum ar fi un prădător) este o abilitate crucială, dar, la fel ca orice avantaj evolutiv, ea poate să reprezinte și o potențială vulnerabilitate. Această capacitate ne permite să mințim și să fim mințiți și e exploatată atât de prădători, cât și de victimele lor. Unele specii folosesc dovezi înșelătoare, dovezi reale false, ca să se comporte ca agresori, nu să se apere. Floarea-cadavru, o plantă carnivoră care miroase ca gunoiul intrat în stare de putrefacție (floarea în niciun caz nu putrezește – mirosul vine de la o amină aromatică adaptată, care generează miasma de carne stricată), atrage, în mod convenabil, muște

și alte vietăți saprofage, care caută ceva de mâncare, dar în loc sunt omorâte. Mirosul este real, dar el nu indică obiectul care ar fi trebuit să-l genereze. Animalele saprofage prinse de floarea-cadavru cad victime unei scheme „minte-l și trage-i preșu'" odorifice.

Ființe precum fluturele-bufniță și floarea-cadavru se bazează pe indicii senzoriale, ca înfățișarea sau mirosul, ca să manipuleze așteptările țintei, care se fundamentează pe cunoștințele ei anterioare. Oamenii procedează la fel, dar înșelătoriile noastre sunt mult mai complicate. Pentru că, prin comparație cu majoritatea organismelor, noi avem creierul realmente mare – și avem și acea prejudecată de sinceritate, care ne permite să împărtășim cunoștințele colective, dincolo de capacitatea individuală. Cu cât știi mai multe, cu atât ești mai inteligent – și devii mai vulnerabil la a extrapola dovezi reale false într-o imagine mai amplă incorectă. Această situație a fost cel mai bine exprimată de Mark Twain: „În necaz nu intri din cauza a ceea ce nu știi, ci din cauza a ceea ce știi cu siguranță, dar care nu e deloc așa cum știi tu."[5]

SIMPLE COINCIDENȚE PROSTEȘTI

Ceea ce finalmente a demascat înșelătoria cu diamante a lui Arnold – așa cum se întâmplă adesea în cazul majorității celor mai elaborate și mai ample conspirații și escrocherii – a fost doar o prostească și simplă coincidență. Pe 6 octombrie 1872, expertul în mine fără prea multă experiență Henry Janin s-a trezit la bordul unui tren cu destinația Oakland alături de un geolog *autentic*, un puști în vârstă de douăzeci și unu de ani, pe nume Clarence King, care călătorea prin Vestul american, conducând un studiu geografic de prospectare de-a lungul paralelei 40.

Poate că Janin se plictisise de călătoria îndelungată, poate c-a vrut să impresioneze un geolog autentic sau poate că discuția cu un puști l-a făcut mai puțin precaut decât ar fi trebuit să fie. În orice caz, la un moment dat, pe parcursul călătoriei, Janin a început să-i povestească lui King despre zăcământul uriaș de diamante descoperit în Colorado. Ba chiar a scos din geantă câteva cristale brute și *i le-a arătat* lui King și celor din echipa acestuia. Unul dintre topografii geologului, Samuel F. Emmons, a notat în jurnalul lui: „Niște personaje suspecte din tren sunt vânători de diamante întorși dintr-o expediție. Henry Janin ne-a arătat o parte dintre diamante."[6]

În mod clar, terenul diamantifer al lui Janin se afla chiar în zona studiată de echipa lui King, astfel că geologul s-a panicat. De fapt, vestea a alarmat întreaga echipă. Dacă ei rataseră niște *zăcăminte de diamante,* Congresul avea motiv să-i considere incompetenți și să le taie fondurile pentru misiunea de cercetare științifică a terenului, ceea ce i-ar fi împiedicat să continue cartografierea zonei de frontieră. Ca să-și apere pielea academică și să-și asigure continuarea finanțării, King și echipa lui au pus cap la cap informațiile extrase din pălăvrăgelile lui Janin, i-au refăcut traseul și, spre cinstea lor, *au găsit* zăcământul fals de diamante. Pentru că ei erau oameni de știință autentici.

Odată ajunși în locul cu pricina, nu le-a luat mult să inspecteze zona și să-și dea seama că terenul fusese „pudrat" cu geme. Diamantele erau frumos așezate în cuiburi, împreună cu rubine și smaralde, la intervale semiregulate, ca niște premii la cea mai spectaculoasă căutare de ouă de Paște din lume. Întreaga echipă a remarcat că asortimentul special de pietre prețioase nu apărea niciodată ca atare în natură. Diamantele se găsesc în resturile conurilor străvechi de kimberlit – vulcani primordiali care au explodat cu multă vreme în urmă. Smaraldele se găsesc

în șisturi negre, în zone unde lanțurile muntoase înalte, precum lanțul Anzilor ori lanțul Himalayan, au fost împinse în sus, cu eoni în urmă. Rubinele tind să apară în munți, alături de marmură sau cuarț. Iar granatele – care se găsesc *într-adevăr* adesea în Statele Unite – nu sunt niciodată îngropate în nisip, alături de pietre prețioase mai exotice.

Frauda era și mai evidentă datorită următorului detaliu: depozitele respective erau de găsit doar în locuri unde deja se săpase. Când King și echipa lui au săpat mai în adâncime, ca să investigheze mai bine cuiburile de nestemate, n-au mai găsit nimic. Pietrele prețioase se găseau doar la suprafață sau doar pe jumătate îngropate în solul nisipos și afânat, ele apăreau libere de orice matrice stâncoasă, în care, în realitate, ar fi trebuit să fie încastrată sau măcar de care ar fi trebuit să fie atașată. În sfârșit, cel mai bizar detaliu a fost următorul: King a remarcat că unele dintre diamante chiar aveau urme de *tăieturi operate de bijutieri*. În mod clar, totul era o escrocherie elaborată.

Odată ce și-a dat seama de asta, King, un tip cinstit și corect, a dat fuga înapoi în tabără și i-a scris o scrisoare șefului său din Washington, pentru ca acesta să încerce să împiedice The New York Mining and Commercial Company să mai vândă acțiuni care curând n-aveau să mai aibă nicio valoare. După care a reluat lunga călătorie până la San Francisco, ca să-l găsească pe Janin. Când a dat de el, a stat aproape o noapte întreagă ca să-i explice „expertului" ce găsiseră el și echipa lui, ce era în neregulă în respectiva afacere și care erau concluziile lor – totul până când „am reușit să-l conving de corectitudinea descoperirilor noastre"[7].

Acesta a fost sfârșitul firmei The New York Mining and Commercial Company și al multora dintre cei implicați în afacere – doar că nu a celor care ați crede. Majoritatea jucătorilor cei mai bogați au ieșit cu bine din poveste. Ralston,

capul răutăților, a pierdut mult din banii investiți, inclusiv cei peste o jumătate de milion de dolari pe care li-i plătise lui Arnold și Slack ca să dispară din peisaj. Restul însă n-au avut probleme: Tiffany a rămas Tiffany, iar *The San Francisco Chronicle* a scris pe larg despre „cum au fost victimizați milionarii".

Când frauda din spatele The New York Mining and Commercial Company a fost expusă, colapsul și scandalul au dobândit asemenea proporții, încât, simultan, au creat și au distrus întregi averi, cariere și companii. De asemenea, povestea asta a rezultat și în câteva vieți omenești pierdute. Escrocheria aceasta de amploare a ținut titlurile de primă pagină ale publicațiilor din întreaga lume vreme de câțiva ani.

Deci, cu toate că nu e o consolare reală, cel puțin putem să fim siguri că *exact același lucru* nu s-a întâmplat din nou.

Atât doar că s-a mai întâmplat. Chiar frecvent.

OPREȘTE-MĂ DACĂ AI MAI AUZIT CHESTIA ASTA

Și chiar recent; cea mai mare escrocherie din domeniul mineritului aurifer, care a fost operată în întreaga istorie a lumii, s-a derulat în urmă cu un deceniu. Și nu a fost decât o variantă mai modernă a aceleiași vechi escrocherii, însă, de data asta, un prospector dubios, pe nume Michael de Guzman, a folosit o verighetă din aur ca să falsifice existența unei cantități de aur în valoare de șase miliarde de dolari, într-o mină care nici măcar nu exista în jungla din Borneo. Toată lumea, de la Lehman Brothers și până la guvernul Indoneziei, a căzut în plasa acestui escroc, iar când manevra a fost în sfârșit demascată, scandalul care a urmat a fost și el tot în valoare de mai multe miliarde de dolari[8].

În 1994, Michael de Guzman a pretins c-ar fi găsit aur. Partenerul lui, „exploratorul/geologul" John Felderhof, a hotărât să găsească un investitor (la fel ca William Ralston) „care era dornic să-și asume riscuri și n-avea să pună prea multe întrebări"[9]. Au găsit acest investitor în persoana unui afacerist canadian pe nume David Walsh, proprietarul unei companii miniere canadiene, listată cu acțiuni penny-stock și botezată Bre-X. După ce l-au convins pe Walsh să le finanțeze operațiunea, Felderhof a sfătuit Bre-X-ul să cumpere drepturile miniere pentru întreaga regiune Borneo. Această recomandare nebunească făcută de Felderhof s-a bazat în exclusivitate pe mostre din mină primite de la Guzman, mostre care păreau să fie doldora de aur. Ele au trecut chiar și de testele realizate de un laborator independent[10].

Problema era că Guzman producea mostre de „minereu zdrobit" din mină, ceea ce însemna o mare cantitate dintr-un amestec de roci sfărâmate și de pământ – minereul zdrobit fiind folosit în general pentru a evalua compoziția terenului dintr-o anumită zonă și pentru a calcula prezența și cantitatea vreunui element prețios. Cu alte cuvinte, iei o porțiune mică și extrapolezi un întreg de mari dimensiuni. Mostrele de minereu zdrobit sunt o modalitate cât se poate de legitimă de a testa o potențială mină. Însă Guzman trișa. După ce mostrele erau zdrobite, el folosea o pilă mititică și presăra praf de aur, răzuit de pe propria lui verighetă, peste cantitățile mici de pământ, astfel încât să pară că mostrele proveneau dintr-un sol bogat în depozite de aur nativ. Unicul motiv pentru care ele treceau de teste era acela că laboratorul, la fel ca Henry Janin, era privat de context, astfel încât să poată să tragă o concluzie corectă. Laboranții căutau particule de aur, le găseau și atunci spuneau că, „da, vedem particule de aur. În mod clar, în mostra asta există aur".

Ceea ce, tehnic, era adevărat. Dar incorect. Imediat ce au primit confirmarea formală de la laborator, Guzman, Felderhof și Walsh și-au vândut o parte dintre acțiunile Bre-X contra unei sume de aproximativ o sută de milioane de dolari – ceea ce nu prea indică onestitatea celor trei –, însă investitorii erau prea încântați ca să analizeze mai atent situația.

În 1994, Felderhof a făcut o estimare inițială, conform căreia în zona care urma să fie exploatată s-ar fi găsit în jur de 61 689 de kilograme de aur, însă, în decurs de un an, estimarea a fost revizuită, Felderhof avansând cantitatea de 453 592 de kilograme de aur. Pe măsură ce estimările se umflau, prețul acțiunilor creștea și tot creștea, iar Guzman „pudra" noi și noi mostre, pe măsură ce acestea îi erau solicitate. Și, la fel cum Arnold a cumpărat un stoc nou de diamante din Londra, Guzman și-a petrecut următorii doi ani și jumătate plătindu-i pe localnici ca să-i aducă praf de aur, pe care să-l adauge în mostrele de minereu zdrobit, fiindcă, până la urmă, verigheta i se epuizase. Însă escrocheriile sunt un meșteșug delicat, iar Guzman a făcut greșeala să „pudreze" cantitățile de pământ solicitate cu puțin prea mult aur.

În 1997, volumul de aur estimat ajunsese la 2 267 962 de kilograme, ceea ce însemna că acela ar fi fost cel mai mare depozit de aur cumpărat vreodată. Estimarea finală, oferită băncii JP Morgan, a fost de 5 896 700 de kilograme de aur. În acest punct, deși mina în sine nu exista realmente, un întreg oraș minier – cu case și o biserică – se construise deja în jurul zonei unde ar fi trebuit să se afle mina, iar corporația Lehman Brothers exulta datorită „descoperirii secolului, în domeniul aurifer"[11].

Imediat ce în operațiune s-au implicat și băncile, banii vehiculați au atins niște cote ameţitoare într-un ritm atât de accelerat, încât mina a început să atragă atenția celor

mai diverse persoane, inclusiv atenția altor escroci. În 1996, valoarea acțiunilor Bre-X creștea mai rapid decât cantitatea de aur – de ordinul milionimilor – din mostrele de minereu, prin urmare guvernul indonezian a cerut să fie și el introdus în afacere*. Președintele Suharto a pus frână brusc întregii operațiuni, revocând permisele de explorare ale companiei Bre-X, sub pretexte birocratice. Pretexte birocratice care nu puteau să fie eliminate decât de bancnote verzi – așa că, până la urmă, s-a ajuns la o înțelegere cu Suharto: aurul să fie împărțit între Bre-X, investitori și „Indonezia". Acordul cu Suharto, finalizat în februarie 1997, lăsa controlul asupra minei companiei Bre-X, dar numai într-un procent de 45%. În plus, Bre-X s-a ales în felul ăsta și cu niște parteneri noi, dar problematici[12]. Acești doi factori au determinat scăderea valorii acțiunilor, dar scăderea a afectat, în cea mai mare măsură, doar acțiunile care priveau zonele miniere trecute brusc sub controlul președintelui Indoneziei, un personaj extrem de corupt.

În punctul ăsta, escrocheria a început să se destrame. Rapid. Ca să crească valoarea acțiunilor, Guzman a crescut conținutul de aur din mostre. Manevră care a funcționat, în sensul că prețul a crescut enorm – deși mina de aur continua să nu existe fizic. Acum însă, cu Suharto satisfăcut, cu permisele Bre-X din nou valabile și cu toți escrocii mai mult sau mai puțin mulțumiți (sau cel puțin resemnați) de partea lor, venise momentul *să se înceapă exploatarea efectivă* a aurului. Dar Bre-X, o companie mică, nu era realmente capabilă de o acțiune minieră de o asemenea amploare, iar partenerii ei – care nu știau că Guzman „pudra" mostrele de ani buni – au insistat să

---

* Nu avea niciun motiv valid să solicite asta, dar presupun că întotdeauna cleptocrații trebuie să șparlească (n.a.).

implice în operațiune o altă firmă: o a doua companie minieră, mai mare, Freeport-McMoran Copper & Gold, a fost chemată să facă munca propriu-zisă[13]. Imediat ce compania mai mare a ajuns la fața locului și a încercat *să extragă* aurul... a realizat că acolo nu existase niciodată aur.

În mod remarcabil, Guzman, Felderhof și Walsh s-au trezit exact în aceleași posturi în care fuseseră Slack, Arnold și Ralston. Michael de Guzman a fost găsit mort în junglă, la circa o lună după legalizarea acordului cu Suharto. S-a spus că fusese atât de supărat din cauza escrocheriei pe care o operase atâta vreme, încât se aruncase din avion, în timpul zborului, tocmai când se ducea la o întâlnire cu partenerii lui*. John Felderhof a fost achitat, după ce fusese acuzat de tranzacții bazate pe informații secrete – asta deși, cu doar câteva luni înainte de demascarea escrocheriei, vânduse acțiuni Bre-X în valoare de peste optzeci de mii de dolari. Totuși, pentru orice eventualitate, Felderhof s-a mutat în Insulele Cayman, unde ar putea – sau nu – să fie mai frumos decât în Kentucky. Cert e însă că, în mod convenabil, Insulele Cayman *nu* au semnat un tratat de extrădare cu Canada, în ceea ce privește infracțiunile financiare. Așa că Felderhof a trăit acolo, împreună cu noua lui soție și cu restul familiei, până când a murit – ceea ce s-a întâmplat recent.

Și similitudinile nu se sfârșesc aici. Walsh a pretins că nu știuse absolut nimic de escrocherie – deși fusese implicat în ea aproape de la început. S-a mutat în Bahamas, unde, după doi ani, a făcut infarct miocardic și a murit[14]. În 2002, Bre-X și-a declarat falimentul și a dispărut de pe piață, fără să fie în niciun fel trasă la răspundere nici măcar

---

* În mod clar, pentru viitorul tău pe termen lung e mult mai grav să tragi pe sfoară guvernul indonezian, decât să duci de nas Wall Streetul (n.a.).

pentru neglijență. Firește, băncile n-au pățit nimic – și niciodată nu au fost învinovățite –, iar oficialii guvernamentali corupți și-au luat rapid tălpășița și au continuat să-și vadă de treaba lor, oricare ar fi ea.

CĂRĂMIZI DE AUR ȘI MORTAR

Noi, oamenii, credem iar și iar aceeași poveste cu „cărămida de aur". Iar faptul că *știm asta* nu ne ajută în niciun fel, fiindcă metoda „minte-l și trage-i prețu'" exploatează ceea ce tu deja (crezi că) știi, deci, cu cât ești mai deștept, cu atât mai mare îți e punctul mort. De fapt, economia globală a secolului XXI a fost, fără îndoială, afectată de aceeași înșelătorie din timpul Goanei după Aur când criza bancară din 2008 a început cu obligațiunile cu garanție ipotecară și s-a transformat într-o criză a împrumuturilor subprime.

Piața imobiliară de la începutul anilor 2000 a semănat, din multe puncte de vedere, cu Goana după Aur. Condițiile erau perfecte, după un deceniu de creștere economică, care făcuse ca toată lumea să se simtă ceva mai înstărită (și, prin urmare, mai deteriorată moral, după cum ar spune economiștii comportamentali). Peste tot păreau să existe bani și șanse, iar asta a dus la numeroase idei „magice". Mai important, valoarea proprietăților imobiliare creștea necontenit, fără ca trendul acesta să dea vreun semn de încetinire. Era momentul prielnic să cumperi o locuință – dobânzile pentru împrumuturile ipotecare fiind mici – și era momentul prielnic ca băncile să acorde împrumuturi, întrucât cui îi păsa dacă la anul individul respectiv nu-și mai plătea ipoteca? Banca se alegea cu casa, care valora de două ori mai mult! Aceste două raționamente au făcut ca mulți să ia împrumuturi ipotecare, fie că și le permiteau sau nu – și multe bănci au acordat împrumuturi ipotecare.

Condițiile astea au dus la apariția a două genuri de ipoteci: cu dobândă primă și cu dobândă subprimă. Dacă îți permiteai să iei un împrumut ipotecar și era probabil c-aveai să fii capabil să-ți plătești ratele, primeai un împrumut cu dobândă primă. Dacă nu aveai venituri suficiente, dacă aveai istoric negativ sau nu erai angajat și era probabil că n-aveai să fii capabil să-ți achiți ratele, primeai un împrumut cu dobândă subprimă. Însă valoarea proprietăților continua să crească, ceea ce însemna că toate locuințele, chiar și cele ale îndatoraților subprimi, valorau tot mai mult în fiecare lună; iar asta e tentant. Așa că multă lume nu doar că s-a împrumutat ca să cumpere o casă, dar a contractat și *o a doua* (sau a treia sau a patra) *ipotecă*, în baza garanției inițiale – întâia proprietate, încă neachitată, astfel că până și împrumuturile prime s-au transformat în împrumuturi subprime. Mai merită să menționăm că multe dintre ipotecile subprime aveau dobânzi variabile, de la nivelul standard până la un nivel zdrobitor – adică reprezentau ele însele o schemă „minte-l și trage-i prețu'"!

De fapt, aproape *toate* elementele acestei povești ar putea să fie considerate o versiune modernă a aceleiași vechi escrocherii – nu doar din punctul de vedere al dobânzilor. Să luăm în considerare imaginea de ansamblu. Așa cum John Arnold a „pudrat" cu diamante un pământ lipsit de orice valoare, ca să creeze iluzia că avea o proprietate prețioasă, băncile care au acordat acele împrumuturi ipotecare le-au combinat: cele bune cu cele rele (și cu cele foarte, foarte rele), toate reunite sub formă de obligațiuni cu garanție ipotecară. Produse pe care băncile le vindeau investitorilor. Se presupunea că OGI-urile erau alcătuite, în mare parte, din împrumuturi excelente, amestecate cu câteva împrumuturi subprime, dar, în realitate, ele erau compuse mai ales din împrumuturi foarte proaste

(cele subprime) și din câteva cioburi de diamant – ca să aibă suficientă strălucire și să poată să fie acceptate de autoritățile de creditare.

În esență, băncile au pus toate împrumuturile ipotecare, bune și rele, într-un blender – metaforic vorbind. Au venit cu *mostre reprezentative*, asemănătoare minereului zdrobit al lui Guzman – câteva împrumuturi prime presărate printre o mulțime de împrumuturi subprime, asemenea fulgilor de aur presărați peste pământul fără valoare, astfel băncile reprezentând în mod incorect valoarea de piață a întregului pachet. Alfred Lord Tennyson a făcut o afirmație devenită celebră: „O minciună care pe jumătate e adevăr este cea mai neagră dintre minciuni." Ceea ce poate sau nu să fie adevărat, însă, după cum s-a dovedit, e cea mai eficientă dintre schemele posibile. În mod ironic, informația factuală a existat tot timpul, la fel ca mina de diamante a lui Arnold sau ca mina de aur a lui Guzman, doar că nimeni nu s-a obosit s-o verifice, în parte pentru că noi, oamenii, suntem concepuți să extrapolăm o imagine de ansamblu pornind de la un fragment, iar în parte pentru că prejudecata de confirmare ne face să vedem ceea ce suntem deja pregătiți să credem.

Băncile au vândut OGI-urile investitorilor, oamenilor de rând, oamenilor de afaceri, instituțiilor din toată lumea, vreme de mulți ani, susținând că erau investiții cu risc redus și cu potențial de câștig mare. Frauda a fost demascată abia când s-a întâmplat ceva inimaginabil: când valoarea proprietăților imobiliare a început să scadă. Atunci oamenii n-au mai putut să-și plătească ipotecile individuale. Iar când un număr considerabil de persoane nu a mai plătit, OGI-urile și-au pierdut valoarea și, brusc, lumea și-a dat seama că, de fapt, ele nu avuseseră de la început nicio valoare.

AMERICA E DE VINĂ

Nu ai cum să-ţi fie milă de niciuna dintre persoanele implicate în escrocheria cu diamante a lui Philip Arnold. Arnold şi Slack au cumpărat nişte diamante (pe care ei le credeau) brute, au „pudrat" cu ele un sol steril şi l-au tras pe sfoară pe fondatorul Băncii Californiei, făcându-l să creadă că erau nişte prospectori proşti, care stăteau pe o comoară. Bancherul şi finanţistul, prietenul lui escroc, au picat în capcană, apoi au încercat să-i scoată din schema minei de diamante pe cei doi prospectori. Fostul general/actual congresmen nu era, propriu-zis, un şarlatan profesionist, dar era în Congres şi a câştigat mulţi bani prin mijloace lipsite de etică, dacă nu chiar ilegale, ungând rotiţele mecanismului pentru ca restul să poată să exploateze mina de diamante, în regim privat, deşi aceasta s-ar fi aflat pe un teren federal. Iar în afacere a mai fost implicat şi Tiffany, a cărui sarcină era să autentifice diamantele – ceea ce sună destul de legal... Asta până când iei în considerare faptul că tot el trebuia să stabilească *preţul* şi *să cumpere şi să vândă* diamantele. Din punctul ăsta, participarea lui începe să arate ca o schemă de monopol vertical foarte bine pusă la punct.

Toţi cei implicaţi în escrocheria cu diamante a lui Philip Arnold înşelau pe cineva, iar când analizezi operaţiunea la rece îţi dai seama că era o nebunie cât se poate de transparentă. De unde şi întrebarea evidentă: de ce s-au lăsat *cu toţii* înşelaţi de o asemenea minciună? Lăcomia se dovedeşte a fi tulburătoare, iar banii îţi iau minţile – chiar literalmente.

Doar spectrul apariţiei este suficient ca să tulbure judecata şi gândirea raţională. Un experiment recent, cu bani falşi – participanţii au jucat un joc folosind ceva similar cu banii de la Monopoly –, a dovedit că până şi cele

mai subtile indicii de bogăție au potențat tendința subiecților de a acționa pe cont propriu, așa cum era de așteptat, dar au și determinat răspunsuri emoționale nerezonabile[15]. Odată intrați în competiție, chiar și într-un joc cât se poate de simplu, cu toții devenim hiperagresivi. În loc să ne determine să fim extrem de prudenți (sau extrem de calculați), expunerea la bani „face exact opusul, ducând la stări mintale similare cu cele induse de droguri și la alegeri iraționale"[16]. Cu alte cuvinte, doar gândindu-ne la bogăție, în abstract, este suficient ca procesul nostru de gândire să fie masiv afectat și să ne determine să ne comportăm irațional.

Banii ne afectează și judecata *morală*. Niște cercetători de la Harvard au făcut un experiment, în care subiecții au jucat o serie de jocuri. Dar mai întâi o jumătate dintre ei au fost expuși la cuvinte legate de bani – cum ar fi bancă, diamant, investitor –, în timp ce restul nu a auzit astfel de cuvinte. Când au jucat apoi acele jocuri, cei care auziseră cuvintele legate de bani – fiind astfel pregătiți subtil să se gândească la bogăție – au fost mai predispuși să mintă sau să trișeze[17]. Se pare că expunerea mai mare la bani, la bogăție sau la indicii de această natură ne îngustează exponențial procesul de gândire, care se ofilește până când, din punct de vedere etic, dispare cu totul.

Iar logica asta funcționează și în sens invers: dacă ne gândim la prea puțini bani, procesul de gândire ne este de asemenea afectat. Un alt studiu a măsurat funcția cognitivă a unui grup de fermieri atât înainte de recoltă, cât și după – așadar când oamenii erau în cea mai nesigură situație financiară, respectiv când erau în cea mai sigură situație financiară[18]. S-a dovedit că lipsa resurselor adecvate determină o afectare cognitivă *măsurabilă*. Rezultatele testului au arătat că, în medie, IQ-ul individual al unui participant era cu 9-10 puncte *mai scăzut* chiar înainte de recoltă (când

omul nu avea niciun ban) decât imediat după recoltă (când omul avea din nou bani). Să fie clar: participanții nu au câștigat puncte IQ când au fost plătiți, fiindcă punctele IQ nu pot să fie cumpărate cu bani (asta dacă nu cumva plătești pe altcineva să dea testul pentru tine), dar *e posibil să pierzi temporar puncte IQ* din cauza epuizării, a distragerii atenției și a anxietății. Și *exact* asta s-a întâmplat și în acest caz; acele 9-10 puncte IQ lipsă ale fiecărui participant din perioada de *dinainte de recoltă* reprezintă aproximativ aceeași pierdere netă temporară pe care oamenii de știință au constatat-o la persoanele care sunt obligate să nu doarmă în noaptea de dinainte de a da testul IQ, la persoanele care, a doua zi, sunt prea obosite ca să mai gândească limpede. Orice fel de anxietate, inclusiv cea de natură economică, afectează funcția cognitivă la fel de mult ca privarea de somn. Odată ce anxietatea devine mai puțin pronunțată sau dispare cu totul, funcția cognitivă revine la normal.

Și nu doar IQ-ul e afectat de grijile materiale; EQ-ul suferă și el la fel de mult. O serie de studii UCCSF le-au cerut mai multor sute de participanți să analizeze expresiile faciale ale unor străini imortalizați în fotografii. Rezultatele au demonstrat o corelație izbitoare: cu cât participanții erau mai bogați, cu atât mai puțin erau capabili să „citească" respectivele chipuri sau să judece intențiile respectivelor persoane[19]. În schimb, când au fost învățați *doar să-și imagineze* că se aflau în niște posturi mai puțin sigure din punct de vedere financiar și social, aceiași participanți au devenit mai capabili să detecteze și să descifreze emoțiile și intențiile altor persoane. Se pare așadar că bogăția și puterea – sau faptul de a-ți închipui că ești bogat și puternic – diminuează temporar teoria minții unui individ și capacitatea lui de a mentaliza cu succes – adică de a se gândi la ce se gândește un alt individ.

Un alt studiu, care a apelat la metode complet diferite, a demonstrat același rezultat: că puterea afectează teoria minții. În acest studiu, participanților li s-a cerut să scrie, vreme de cinci minute, despre o situație în care s-au simțit puternici; altor participanți li s-a cerut să scrie, vreme de cinci minute, despre o situație în care s-au simțit complet fără putere. Apoi, în timp ce scriau, subiecților li s-au dat bomboane. Celor cărora li se ceruse să scrie despre o situație în care se simțiseră puternici li s-au dat bomboane pe care să le păstreze și/sau să le ofere, după cum doreau, în vreme ce al doilea grup trebuia *să le ceară* bomboane membrilor celuilalt grup, în speranța că aveau să le și primească. Finalmente, tuturor participanților li s-a indicat să pocnească rapid din degete de cinci ori și să-și scrie litera E pe frunte. Subiecții pregătiți astfel încât să se simtă complet lipsiți de putere – prin memorie scrisă și prin distribuția injustă a bomboanelor – au fost *de trei ori mai predispuși* la a-și scrie litera pe frunte de-a-ndoaselea – pentru ca restul subiecților să poată s-o citească[20].

Așadar cum de toți acești oameni, aflați în plină Goană după Aur, care salivau la gândul munților de diamante și care, simultan, trăgeau sforile astfel încât să-și fure unul altuia averi inestimabile sub formă de pietre prețioase, cum de toți acești oameni nu au reușit să observe minciunile destul de transparente pe care și le serveau între ei? Mie, una, mi-e greu să-mi dau seama... dar lăcomia afectează judecată și busola morală, în vreme ce gândurile legate de avere și de putere diminuează teoria minții, iar anxietatea cu privire la bani poate să-ți anuleze (temporar) 10 puncte IQ – și toate astea se referă la un singur om, considerat în vacuum. Adăugați o a doua persoană și aveți o competiție, care determină agresiune extremă. Încă și mai tulburător, *în realitate nu contează* dacă pierzi sau câștigi competiția – întrucât ambele scenarii subminează la nivel

fundamental capacitatea omului de a gândi limpede; mai ales în legătură cu ceea ce ar putea sau nu să fie adevărat.

Mai trebuie să luăm în considerare și faptul că toți „actorii" din povestea de mai devreme se mințeau, în mod activ, unii pe ceilalți, ceea ce – un gând înfricoșător! – diminuează capacitatea omului *de a mai crede* adevărul.

Conform National Institutes of Health, minciuna alterează memoria. Danielle Polage, profesor de psihologie la Washington University, care e specializată în cercetări pe subiectul memoriei, a realizat un studiu asupra efectelor faptului de a spune o minciună, prin comparație cu efectele faptului de a plănui să spui o minciună, efecte care se manifestă în gradul nostru de încredere în adevăr. Polage a vrut să afle dacă *trebuie să spui* o minciună sau dacă doar faptul de a concepe minciuna este suficient. A descoperit că omul trebuie să spună minciuna ca s-o creadă – și că, *odată ce a spus-o*, ea îi afectează permanent sentimentele cu privire la adevăr. Cu alte cuvinte, „componenta intenționată de inducere în eroare din minciună, nu doar concepe-rea minciunii, afectează încrederea în minciună. Aceste rezultate sugerează că modificarea de la nivelul încrederii poate să apară ca rezultat al unei minciuni deliberate și că mincinoșii, după ce au mințit, au mai puțină încredere în adevăr"[21]. Iată o afirmație remarcabilă! Așadar putem să ne pregătim pe noi înșine pentru multe, în diverse moduri, dar, din câte se pare, putem să ne pregătim pe noi înșine și ca să avem „mai puțină încredere în adevăr", prin simplul fapt de a minți.

Așadar singurul lucru mai tulburător decât banii, lipsa lor sau sentimentele cu privire la bani este *competiția* pentru a obține bani. De asemenea, faptul de a inventa minciuni rescrie amintirea adevărului. Și toți cei implicați în escrocheria cu diamante a lui Philip Arnold trăgeau pe cineva pe sfoară – incitându-i pe toți ceilalți să fie din ce în

ce mai necinstiți și, simultan, împingându-i pe toți într-o *competiție acerbă* (deși fiecare în parte credea că era unicul operator din afacere). Indubitabil, acțiunile acestea au avut efectul de a-i face pe toți cei implicați în escrocherie – și fiecare în parte *își rula propria escrocherie* – să nu mai gândească la fel de limpede ca în mod normal.

De fapt, în contextul epocii, toată lumea rula câte o escrocherie.

Reputatul economist comportamental Oscar Wilde a avut perfectă dreptate când a atras atenția că „America e singura țară care a trecut de la barbarism la decadență, fără ca între ele să mai introducă și civilizația"[22]. Pe parcursul secolului al XIX-lea, țara era inundată de tot soiul de escrocherii, în special unele care țineau de domeniul minier. Epoca aceasta, mai mult decât oricare alta, a apăsat pedala la maximum pe mirajul Americii. Confruntându-se cu situația inversă celei care dusese la apariția, peste noapte, a averilor făcute din căi ferate, din petrol și din aur: tărâmul oportunităților trebuia, din necesitate, să fie și tărâmul gândirii „magice". Prin urmare, aproape toată lumea era expusă riscului de a fi trasă pe sfoară.

Ceea ce, într-o anumită măsură, e valabil și azi.

Se spune că locul cel mai bun unde poți să ascunzi o minciună este între două adevăruri – asta reprezintă nu doar esența schemei „minte-l și trage-i prețu'", ci ar putea să reprezinte chiar povestea Americii în sine. Visul american (sau, mai degrabă, amăgirea americană) spunea că puteai să fii, să ai ori să faci orice. Iar prețul era tot ce avuseseși vreodată: istoria ta personală, casa, familia – uneori chiar și propriul tău nume. Dacă erai dispus să renunți la toate astea, atunci puteai să dai tot ce avuseseși în trecut în schimbul a ceea ce-ți doreai în viitor. Promisiunea asta implicând și disponibilitatea de a crede în lucruri fantastice, indiferent cât de nerezonabile. Mai ales în secolul al XIX-lea,

americanii erau în mod deosebit pregătiți să vadă șanse peste tot și să-și creadă ochilor când li se arătau diamante și pietre prețioase împrăștiate pe pământ.

Acum, dacă ați fost atenți, ați observat poate că am trecut direct de la a vorbi despre cum folosim „pregătirea" (unul dintre mecanismele practice ale înșelătoriei) ca să spunem o minciună la cum „pregătirea" în sine (unul dintre mecanismele practice ale încrederii) ar putea să facă parte și din ceea ce *ne determină să mințim în primul rând* și, finalmente, la ideea că lucrul care ne pregătește să credem și cel care ne pregătește să mințim sunt unul și-același. Dacă ați remarcat manevra asta, felicitări! Dar nu vă grăbiți: eu nu fac altceva decât să vă pregătesc să aflați legătura fundamentală dintre minciună și încredere.

Omul poate să mintă doar pentru că omul poate să creadă. Așa cum dinții determină apariția solzilor, din clipa în care începem să credem... începem să și mințim. E evident că minciunile pe care ni le spunem unii altora sunt strâns întrețesute printre minciunile pe care ni le spunem nouă înșine; mai ales printre minciunile principale și centrale, cele despre natura adevărului și despre capacitatea noastră fizică și cognitivă de a-l evalua.

În absența acelei Minciuni Colosale, omul n-ar putea să creadă nimic.

II

MINCIUNI PE CARE NI LE SPUNEM NOUĂ ÎNȘINE

CREDINȚA, ESCROCHERIA ȘI CARACTERUL CIUDAT AL ÎNCREDERII

„O singură înșelăciune e posibilă în sens infinit: înșelarea de sine."

SØREN KIERKEGAARD

„Plantele mele artificiale au murit fiindcă nu m-am prefăcut că le ud."

MITCH HEDBERG

Chestia ciudată, în legătură cu încrederea, e că ea funcționează în ambele sensuri. Am auzit cu toții că să vezi înseamnă să crezi. Altfel de ce ar mai solicita oamenii să li se arate dovada unei afirmații – și s-ar mai și lăsa duși de nas de un truc cu cărți de joc? Simțurile pot să ne trădeze, dar în aceeași măsură pot să ne înșele și capacitățile senzoriale. Ca atare, dacă adesea să vezi înseamnă să crezi, la fel de adesea și *să crezi înseamnă să vezi.*

Fie că suntem supuși efectului placebo, fie că o luăm pe calea greșită din cauza propriei lăcomii, fie că suntem induși în eroare de promisiunile liniștitoare ale unei persoane, care ne spune că poate să ne ajute ori să ne salveze – odată ce ne-am convins de adevărul unei minciuni, e posibil să constatăm că minciuna începe să funcționeze ca realitate faptică. Următoarele capitole explorează cum și de ce ajungem să credem și dacă e posibil să ne inversăm capacitatea de autoamăgire, examinând trei escrocherii foarte vechi și variantele lor contemporane.

În primul capitol vom analiza impactul și influența escrocheriei Guru, care exploatează cea mai sensibilă dintre sensibilitățile omenești: nevoia emoțională. De la Rasputin la Steve Bannon, de la Jim Bakker la Joel Osteen, mereu au existat și mereu vor mai exista oi dispuse să se lase tunse... în schimbul promisiunilor de tot felul, în special al

celor intangibile. Se pare că pentru oamenii potriviți (iar noi, *cu toții*, suntem oamenii potriviți), speranța e un bun pe care poți să-l vinzi aproape la orice preț.

Apoi, în capitolul cinci, vom examina istoria îndelungată a vânzării uleiului de șarpe, care a început ca o escrocherie pe calea ferată din Vestul Sălbatic, a lansat nebunia așa-numitelor „medicamente patentate" și s-a încheiat cu epidemia victoriană de opioide. Nou-înființata Food and Drug Administration (FDA) și măsurile luate ulterior de ea au avut ca scop să ne protejeze, dar, în loc de asta, ne-au condus, legați la ochi, prin industria de „wellness", prin medicina New Age și, finalmente, înapoi, prin cercul vicios al medicamentelor conținând opiu și care sunt eliberate pe bază de rețetă. Oare povestea uleiului de șarpe are realmente legătură doar cu credulitatea sau, de fapt, ciudata știință a efectului placebo ne spune mai multe despre biologia încrederii decât ne dăm seama?

În sfârșit, în capitolul șase vom aborda schemele sau jocurile piramidale – de la Bernie Madoff la Bitcoin –, jocuri care au calitatea unică de a fi total transparente, dar absolut eficiente. Oare asta se întâmplă pentru că adevăratul truc este ca escrocul să te determine să crezi că te-ai implicat în „afacere" de la nivelul parterului a ceea ce, de fapt, știi că aproape sigur e o escrocherie sau pentru că nu întotdeauna îți dai seama ce reprezintă în realitate o instituție cunoscută? Sau pentru că piramidele sunt atât de răspândite, încât ele stau, în cea mai mare măsură, la baza civilizației?

Vedeți, încrederea implică un truc: *trebuie să vrei să crezi*. Fiindcă în miezul oricărei credințe se află nu numai scurtături cognitive, ci și emoționale. Fie că e un fapt real sau un fals, un fapt dovedit sau o înșelătorie, un lucru absolut improbabil sau un lucru rezonabil, majoritatea oamenilor pur și simplu cred *ce vor* să creadă. Adevărul

este că încrederea ne modelează realitatea trăită tot la fel de des pe cât realitatea trăită ne modelează credința.

În ce măsură suntem mințiți și în ce măsură ne permitem să fim mințiți? Cât de mult contribuim la propria noastră manipulare? Această a doua parte a cărții, *Minciuni pe care ni le spunem nouă înșine*, explorează biologia încrederii și efectul consensului și al confirmării. Undeva, în diferența minusculă, dar devastatoare dintre adevăr și realitate se află răspunsul la întrebarea *De ce credem?*

4

SFINȚII ESCROCI

Șarlatanii și alte personaje cu autoritate

„Când îți alegi omul sfânt, îți abandonezi propria voință."
FEODOR DOSTOIEVSKI

„Eu nu sunt un om de afaceri. Eu sunt o afacere, omule!"
JAY-Z

GURU

Escrocheria Guru este, de departe, cea mai meschină dintre toate. Ea exploatează nu ambiția sau speranța, ci opusul lor emoțional: teama, disperarea și nefericirea. Gurul pretinde că are cunoștințe speciale, autoritate sau putere să ajute, să protejeze, să izbăvească ori să garanteze fericirea.

Și ce cere el în schimb? Doar loialitate orbească, devotament absolut, credință totală și aderarea la orice cod de conduită impus de el, de guru. Și, desigur, *bani*.

SUFLET MESCHIN

Particularitățile escrocheriei Guru variază în funcție de circumstanțe și de mediul în care e pusă în operă. Ea poate să ia forma planșetei Ouija, a unui clarvăzător, ghicitor, spiritualist, teleevanghelist sau a unui lider de cult sectant, dar toate variantele au același fundament: promisiunea unei cunoașteri speciale sau a unei capacități divine, înțelepciune și o autoritate care sfidează înțelegerea rațională și astfel, în mod convenabil, sfidează necesitatea unei dovezi raționale.

Țintele acestei escrocherii devin complet dependente de Guru și, într-un mic cerc vicios, credința lor în această dependență le face să creadă, din ce în ce mai mult, în propria lor credință. Cu cât cred mai mult, cu atât mai mult trebuie să continue să creadă; altfel întreaga lor perspectivă asupra vieții riscă să se destrame.

Escrocheria Guru demonstrează impactul, adesea tragic, pe care îl au două dintre caracteristicile noastre cognitive când lucrează în tandem: capacitatea de a ne suspenda neîncrederea (și, de fapt, înclinația naturală de a face asta) și dorința imperioasă de a evita *disonanța cognitivă* sau coliziunea dintre credințele noastre emoționale și cele raționale.

CRIMĂ ÎN EXCES

Dacă nu cunoașteți decât o singură poveste despre „călugărul nebun" Rasputin, țăranul, omul sfânt și „fermecător" de la curtea Romanovilor, atunci cel mai probabil e vorba despre povestea felului în care el a fost ucis – sau nu, după cum pretinde legenda[1]. În 1916, un grup de aristocrați ruși, condus de prințul Felix Iusupov, cumnatul țarului Nicolae, a încercat să-l ucidă pe Rasputin. Mai

întâi, conspiratorii l-au îndopat cu cantități uriașe de mâncare și de vin în care puseseră cianură. În timp ce Rasputin se ghiftuia, iar orele nopții treceau, complotiștii au început să se teamă că „fermecătorul" era protejat de otravă de vreo formă de magie neagră. Așa că, pur și simplu, l-au împușcat.

Așa după cum Iusupov a relatat ulterior, conspiratorii au crezut că reușiseră să-l omoare acolo, în beciul palatului, dar, după câteva ore, au constatat că Rasputin părea să fi revenit la viață. S-a ridicat și, spre groaza nobililor, a luat-o la fugă prin curtea palatului, acolo unde a fost din nou împușcat. Aproape de ivirea zorilor, complotiștii i-au verificat trupul și și-au dat seama că „fermecătorul" încă trăia – era amețit, dar încă viu. În acel punct, panicați, prezumtivii asasini au tăbărât cu toții asupra lui Rasputin, l-au înjunghiat de mai multe ori și i-au aplicat în mod repetat lovituri cu corpuri contondente. Totuși terifiantul mistic refuza să moară. Finalmente, conspiratorii l-au târât până la fluviul Neva și l-au aruncat în apă. Când, în cele din urmă, cadavrul i-a fost descoperit, s-a constatat că Rasputin avea plămânii plini cu apă, ceea ce sugera că adevărata cauză a morții o reprezentase înecul.

Înspăimântător!

Dar cum de cel mai cunoscut călugăr din Rusia și cel mai influent om de la curtea Romanovilor a sfârșit înghețat printre sloiurile de pe Neva, cu o funie în jurul gâtului, înjunghiat, împușcat, bătut măr și cu stomacul plin cu cianură? În afara unui roman de Dan Brown, cine ar pune la cale o astfel de lovitură, ca să asasineze un călugăr? Dincolo de faptul că întreaga situație e puțin cam exagerată, oare cei mai corupți clerici nu mor de obicei de gută? De ce a fost nevoie de atât dramatism?

Firește, Rasputin nu era doar un călugăr. De fapt, nu era călugăr deloc. Se poate ca el să fi fost sau nu sincer în

credințele lui bizare, ba chiar se poate să fi fost sau nu un clarvăzător autentic. Însă un lucru e cert: Rasputin era un escroc. Și încă unul ambițios. A sfârșit în apele înghețate ale Nevei la capătul a zece ani în care rulase o variantă eșuată a escrocheriei Guru – ținta lui fiind familia regală rusă.

Sau poate că, de fapt, escrocheria lui Rasputin a fost una extraordinar de reușită.

CĂLUGĂRUL NEBUN

Grigori Efimovici Rasputin s-a născut în 1869, în Pokrovskoie, un sat oarecare din Siberia, acolo unde a crescut într-o familie cât se poate de modestă de țărani. La optsprezece ani s-a căsătorit cu o femeie pe nume Praskovia Dubrovina, cu care a făcut trei copii: pe Maria, Dimitri și Varvara. Grigori lucra la ferma familiei. Era un bețiv și un desfrânat și ocazional intra în conflict cu autoritățile. Nu avea însă niciodată probleme serioase, probabil datorită șarmului său bizar și puternicei charisme naturale. N-a devenit un nume, nici ca om sfânt, nici ca escroc – asta până când a intrat în atenția țarinei Alexandra, soția ultimului țar Romanov și mama țareviciului Alexei, unicul moștenitor de sex masculin al familiei, un băiețel care suferea de o boală fatală.

Poveștile vehiculate ulterior au susținut că „darurile mistice" ale lui Rasputin erau deja evidente când clarvăzătorul abia împlinise doisprezece ani – ele luând forma unor profeții vagi, a unor rugăciuni vindecătoare și (preferatele mele) a unor istorisiri îndârjite conform cărora vacile familiei dădeau mai mult lapte când Rasputin se afla în preajma lor – deși, firește, oamenii tind să-și amintească astfel de lucruri în mod diferit și mai dramatic post-factum. Fenomenul este cunoscut ca „efectul de amintire falsă" și

el reprezintă cheia de boltă a experiențelor mistice (false). Vom reveni la acest subiect.

Țarina Alexandra credea fiecare cuvânt rostit de Rasputin și era tot mai convinsă că doar el putea să-l salveze pe Alexei. Această credință irațională – încrederea nejustificată a Alexandrei în Rasputin – avea să determine sfârșitul ei, al familiei ei și chiar al țării ei. Această credință irațională a Alexandrei a avut, asupra istoriei lumii, un impact mai mare decât orice altceva ea, soțul ei sau oricare alt Romanov au făcut vreodată. Asta e puterea, dar și dezastrul credinței autentice: credem în ceea ce credem nu din vreun motiv rațional, ci, pur și simplu, pentru că avem nevoie ca acel lucru să fie adevărat. Iar pe parcursul acestui proces nu mai suntem capabili să vedem ceea ce se află chiar în fața ochilor noștri.

O imagine a lui Rasputin care a rămas nemodificată pe tot parcursul vieții lui, o imagine creată cu mult înainte să-și dobândească faima și averea (și o mulțime de adepți, asemenea celor din cultele sectante, cărora li se adăuga și un harem de femei), în calitate de confident, de consilier spiritual și de prieten „magic" al țarinei, a fost aceea de bețiv notoriu, de hedonist grotesc, de bărbat care mințea, fura, umbla cu nenumărate femei și, în general, se deda unui comportament nesfânt.

Rasputin mai era remarcat și pentru aspectul lui realmente hidos și pentru igiena personală sau, mai curând, pentru lipsa de igienă personală. Impresiona prin statura lui uriașă. Părul negru, lung, murdar și încâlcit și barba nu reușeau să-i ascundă chipul cu-adevărat terifiant, cu un nas spart, cu dinți stricați și cu sprâncene demonice, ca de personaj de desene animate, care îi încoronau trăsătura cea mai renumită: ochii deschiși la culoare, hipnotici, cu pupile pe care, conform legendei, Rasputin ar fi fost capabil să le contracte și să le dilate după voie. „Fermecătorul"

părea chiar să fie mândru de aspectul lui respingător – o dată s-a întors dintr-un pelerinaj de șase luni, pe parcursul căruia nu-și schimbase deloc hainele. Un bărbat a spus că Rasputin mirosea ca o capră.

Totuși ce anume îl făcea atât de irezistibil și îi permitea să pretindă o postură de autoritate spirituală?

Răspunsul are legătură cu o sectă de apostați din sânul Bisericii Ortodoxe Ruse, o sectă care, în mod convenabil, considera că singura cale de a ajunge la Dumnezeu era săvârșirea unui mare păcat*. Așa și-a găsit Rasputin „tribul". De fapt, el nu a fost niciodată hirotonit – probabil fiindcă era căsătorit și avea trei copii –, dar, după ce a stat o vreme în mânăstirea apostaților, a început să poarte sutana călugărească. Propovăduind că „fără să păcătuiești, nu poți să te căiești", a cutreierat toată țara, scrântind mințile oamenilor[2]. De fapt, el pretindea că putea să preia păcatele femeilor (cel puțin, ale celor cu nuri) culcându-se cu ele și astfel ajutându-le să găsească „grația lui Dumnezeu". În esență, să faci sex cu el era un act de purificare religioasă. Desigur, lideri de culte religioase au folosit „replica" asta, în toate limbile pământului, din vremuri imemoriale.

Istoria secolului XX poate că s-ar fi desfășurat cu totul altfel dacă Rasputin și-ar fi văzut de treaba lui, seducând țărănci și escrocând alți țărani. Dar el n-a făcut asta. „Fermecătorul" s-a mutat în Sankt Petersburg. Odată ajuns acolo, i-a atras rapid atenția marii ducese Milița, vara țarinei Alexandra, când, în 1903, în timpul *unui soi* de slujbă religioasă, el a anunțat public că țarina – care era înaintată în vârstă și avea deja patru fete – avea, în sfârșit, să nască un băiat[3]. Ba chiar Rasputin i-a dat profeției și o dată de expirare: copilul avea să se nască în decurs de un an.

---

* O idee atât de rusească... (n.a.)

Și apoi, în 1904, spre uimirea tuturor, băiatul chiar s-a născut!

La scurt timp, Alexei, moștenitorul-bebeluș al tronului Romanovilor, tron sortit dispariției, a fost diagnosticat cu „boala regală a sângerării" – sau hemofilia, așa cum o cunoaștem noi azi. La începutul anilor 1900, hemofilia reprezenta practic o condamnare la moarte, ca atare boala lui Alexei a devenit un secret păstrat cu strășnicie. Alexandra, o personalitate foarte tensionată, a început să sufere de episoade alternative de isterie și de disperare. Fiind din ce în ce mai deznădăjduită, ea și-a pierdut cu totul încrederea în doctori și a început să caute o soluție spirituală. Cu alte cuvinte, Alexandra era perfect pregătită pentru întâlnirea cu un escroc. Și, din păcate pentru ea, vara Milița era o proastă. Nu pentru că fusese vag impresionată de predicția lui Rasputin – ea fusese vag impresionantă. Dar Milița „colecționa" oameni sfinți, precum și false medii, pseudoclarvăzători și așa-numiți mistici, care făceau furori în rândul aristocrației epocii.

Mai rău chiar, Miliței îi plăcea să-i prezinte toate aceste personaje și țarinei.

Ar fi fost de așteptat ca aspectul și comportamentul revoltător al lui Rasputin să-i fie complet dezagreabil extrem de prețioasei țarine. Dar, în realitate, la fel ca vara sa Milița, Alexandra era și ea absolut cucerită de falșii oameni sfinți. Această apetență combinată cu starea de izolare și de disperare, generată de boala copilului, dar și cu o venerație bizară și fals-smerită a țărănimii, o atitudine foarte la modă, au determinat-o pe Alexandra să fie instantaneu fascinată de Rasputin, când marea ducesă i l-a prezentat[4].

Rasputin cunoscuse deja succesul în capitală: avea parte de recunoaștere și de un grup mic, dar devotat de adepți. Odată însă ce marea ducesă l-a chemat în fața țarinei, Rasputin a intrat în liga mare. S-a insinuat rapid în

familia regală și a început să se învârtă în cercurile aristocratice din Sankt Petersburg, în același timp conservându-și aura de om din popor, pe care o demonstra prin faptul că era analfabet și până la faptul că se hrănea cu mâna. Ba chiar ajunsese să-i numească pe țar și pe țarină „mamă" și „tată". Fără îndoială, cuplul regal se simțea foarte cool având propriul lui om sfânt, întruchipat de un țăran bun ca pâinea caldă – și care mai avea și puteri magice.

Rasputin se poate să fi fost un clarvăzător autentic. Sau nu. Indiferent însă care era realitatea, e clar că show-ul pus în scenă era foarte convingător. Iar Alexandra a fost sedusă iremediabil. Dar ce anume a decis-o? Într-o zi, Alexei a căzut în timp ce se juca și aproape că a murit din cauza pierderii de sânge. Însă Rasputin a reușit cumva să oprească sângerarea și astfel a câștigat bunăvoința lui Nicolae și devotamentul nestrămutat al Alexandrei. Se povestește că „fermecătorul" a intrat în cameră, a pus o mână pe fruntea copilului, a îngenuncheat lângă pat și s-a rugat îndelung, iar sângerarea s-a redus gradual, până când s-a oprit cu totul[5]. În materie de trucuri magice, trebuie să recunoaștem că ăsta a fost unul al naibii de bun! Isprava lui Rasputin a fost decretată un miracol și i-a cimentat reputația mistică *dincolo de orice îndoială.*

A rămas doar întrebarea *evidentă*: scoțând din ecuație un act cu-adevărat miraculos, cum a reușit Rasputin să oprească sângerarea?

MIRACOLE VAGI

Au existat martori, așa că nu e vorba despre un mit exagerat, care să se fi dezvoltat ulterior, iar băiatul a supraviețuit, așa că n-a fost doar o iluzie temporară sau un truc. Cel mai plauzibil răspuns științific nu e spectaculos, așa

cum sunt majoritatea răspunsurilor științifice*. Probabil că, prin prezența lui, Rasputin pur și simplu l-a liniștit pe băiețelul înfricoșat – prin promisiunea implicită că acum, că el și marile lui puteri magice intraseră în scenă, totul avea să fie bine –, ceea ce i-a scăzut acestuia pulsul și tensiunea arterială, reducând, în mod mecanic, sângerarea. Asta ar fi oferit, chiar și unui hemofilic, timpul necesar pentru coagularea sângelui. Însă, pentru ca schema să funcționeze, pentru ca Alexei să treacă de la groaza generată de moartea iminentă la starea de calm care să-i reducă pulsul la minimum, era nevoie de un sedativ puternic.

Ați auzit vreodată despre efectul placebo? O să mai discutăm despre el în capitolul cinci, dar iată despre ce e vorba, pe scurt: dacă omul crede cu putere că un lucru îl afectează fizic, adesea chimia corporală e modificată ca și când lucrul respectiv chiar l-ar afecta fizic pe om. Poate efectul placebo să fie suficient de puternic încât să vindece ori să reducă temporar efectele unor boli aparent ireversibile? Da, chiar poate! Să te vindeci singur cu-adevărat nu e ceva obișnuit, nu se întâmplă la fel de des ca situațiile în care doar te simți mai bine și e mult mai greu de explicat. Dar capacitatea corpului de a se vindeca singur, ca răspuns la o credință majoră și foarte intensă că va fi vindecat – prin intermediul unui medicament sau al unui miracol –, este doar o formă mai exagerată a efectului placebo. Iar efectul placebo e ceva foarte real, deși neobișnuit și foarte puțin înțeles.

Fiindcă sunt atât de vulnerabili la sugestie, oamenii care caută leacuri imaginare sunt deja mai pregătiți să

---

* Exceptând situațiile când nu sunt așa. În acest caz, tind să fie de-a dreptul înfiorătoare. Vom discuta ceva mai târziu și despre câteva astfel de răspunsuri (n.a.).

creadă în ele. Iar credința ardentă și nevoia disperată sunt o resursă naturală pe care guru și vindecătorii prin credință o exploatează dintotdeauna. Amintiți-vă, astea sunt minciunile pe care ni le spunem *nouă înșine*: prin urmare, un guru nu se străduiește chiar atât de mult pe cât v-ați închipui pentru ca intervențiile lui să pară miraculoase. Ținta este cea care face toată treaba cea grea, prin credința ei puternică. Guru nu face decât să încadreze lucrurile în așa fel încât s-o ajute să creadă ceea ce ea deja voia să creadă. Asta e toată șmecheria. Faptul că Alexei și cei din jurul lui erau atât de siguri că Rasputin putea să realizeze o vindecare magică e posibil să se fi constituit într-un leac în sine.

Pe de altă parte... chestia asta sună vag miraculos!

LIDER DE CULTE RELIGIOASE ȘI DISONANȚA COGNITIVĂ

În decurs de câțiva ani, Rasputin a ajuns să nu mai ofere doar sfaturi spirituale; dădea și sfaturi politice și recomanda indivizi care să fie promovați ori ruinați. Bazându-se, desigur, pe infailibila lui calitate de clarvăzător. Pe măsură ce steaua „călugărului nebun" se ridica pe cerul Romanovilor, și prestigiul din Sankt Petersburg al lui Rasputin creștea la rândul lui. Micul grup de admiratori a devenit o mulțime uriașă. Sute de oameni stăteau în jurul casei lui, dorind să-l vadă, să-l atingă și potențial să fie vindecați de el. Îi aduceau daruri și flori. Sau, în unele cazuri, încercau direct să-l mituiască pentru vreun favor politic, căci Rasputin avea acces nu doar la urechile țarinei, ci și la inima și la mintea ei. Până în 1911, protejații „fermecătorului" au ocupat un număr însemnat de poziții guvernamentale înalte. Această situație i-a conferit o imensă influență în ceea ce privea problemele de stat[6], pe

lângă controlul pe care-l exercita deja asupra țarinei. Corupția lui financiară și politică devenea la fel de cunoscută în rândul tot mai numeroșilor lui dușmani, ca și beția și depravarea extremă – care ajunseseră deja legendare.

Aristocrației nu-i convenea această situație.

În societate au început să se răspândească zvonuri din ce în ce mai obscene despre o posibilă legătură sexuală între el și Alexandra (Alexandra n-a avut o astfel de legătură), așa că, din păcate, credibilitatea publică a ei și a soțului ei s-a redus radical[7]. Cu-adevărat remarcabil e că Rasputin, la fel de jegos, de depravat și de beat ca întotdeauna, ajunsese acum să fie amețit și de putere, astfel că a început să se laude zgomotos și public exact cu acele zvonuri false care se răspândiseră în societate. În timpul unei beții crunte, s-a expus gol în fața unui întreg restaurant și a descris legăturile lui amoroase cu țarina și cu fiicele acesteia. Când situația i-a fost relatată în detaliu țarinei, de către numeroși martori, aceasta *a refuzat să creadă* în adevărul celor auzite. Într-o demonstrație spectaculoasă a stării de negare, ea a pretins, mai întâi, că era vorba despre o minciună răuvoitoare. Când alții din cercul ei i-au confirmat povestea, Alexandra și-a schimbat puțin atitudinea, spunând că totul fusese o „greșeală"[8]. Cum tot mai multe cunoștințe continuau să-i comunice că episodul umilitor *chiar avusese loc*, brusc țarina a realizat adevărul. Era atât de evident: în mod clar, cineva care se dădea drept Rasputin! Cineva care arăta *exact* ca Rasputin se învârtea prin Sankt Petersburg bând, mințind și comportându-se înfiorător, ca să distrugă reputația călugărului. Ajungând la această concluzie care ei i se părea perfect evidentă și absolut satisfăcătoare, Alexandra a refuzat să mai asculte vreun cuvânt pe această temă.

Pe măsură ce situația se înrăutățea pentru Romanovi, atât la nivel politic, cât și personal, Alexandra devenea din

ce în ce mai dependentă de Rasputin. Credea tot ce-i spunea el – indiferent cât de fantastic, de nepotrivit sau de evident în folosul „fermecătorului" ar fi fost – pentru că *trebuia să creadă;* dacă o parte erau minciuni, atunci Alexandra ar fi fost obligată să accepte posibilitatea că *tot* ce-i spunea Rasputin era o minciună – inclusiv anumite lucruri pe care ea avea nevoie să continue să le creadă, ca să funcţioneze. Precum ideea că Rasputin şi doar Rasputin era capabil să-i salveze fiul aflat pe moarte. Această stare de conflict mental în care o persoană trebuie să acomodeze conştient două credinţe mutual incompatibile se numeşte „disonanţă cognitivă". Am pomenit-o şi mai devreme, în legătură cu Minciuna Colosală: două idei sau credinţe conflictuale – una dintre ele trebuie să intre în tocătorul de idei. Această stare e adesea declanşată de o situaţie în care persoanei îi sunt prezentate dovezi noi, care contrazic direct nu o opinie sau o interpretare greşită, ci o credinţă de bază.

Oamenii sunt dispuşi să facă aproape orice, doar ca să evite acest disconfort mental – *nu-şi revizuiesc convingerile, ci ignoră sau resping orice dovadă care le contrazice.* Acest act poartă denumirea de logică motivată. Dependenţa extremă de Rasputin a Alexandrei a determinat-o să creadă orice îi spune „fermecătorul" şi, simultan, explică limpede *cum* de Alexandra a izbutit să creadă tot ceea ce Rasputin îi spunea. Oricum, ţarina era din start o personalitate nevrotică, ajunsă apoi la disperare din cauza iminenţei morţii copilului. Rasputin era liderul *ei* de cult personal; şi îi dedica ţarinei foarte mult timp. Dar toţi ceilalţi?

CUM SĂ INIŢIEZI UN CULT RELIGIOS SECTANT

Cum a reuşit oare Rasputin să convingă o mână de oameni, altfel raţionali, că avea puteri magice?

Păi, eu aș recomanda ca deschiderea să *nu* fie „Salut, eu sunt un clarvăzător!". Nu poți să-i servești omului direct o minciună. În absența unei dovezi cu privire la o afirmație specifică, mai ales cu privire la o afirmație falsă, trebuie să oferi auditoriului un cadru general în baza căruia să te creadă. Rasputin s-a prezentat ca un simplu țăran din Siberia și ca un soi de om sfânt itinerant. Pretențiile astea au fost susținute în cei mai vagi termeni cu putință, probabil fiindcă că el nu era în niciun fel afiliat cu Biserica Ortodoxă Rusă[9].

Indiferent cine ești, dacă spui că ești un om sfânt*, următorul răspuns rezonabil al persoanei căreia i-ai comunicat asta este să pună la îndoială, doar și pentru câteva clipe, veridicitatea afirmației. Dacă nu-ți atribui nicio calitate, dar acționezi așa cum se așteaptă lumea să acționeze un om sfânt și aștepți să fii numit astfel, atunci tu nu ai pretins nimic, nu ai ascuns nimic și nu ai omis nimic – ca atare în ecuație nu există loc de îndoială.

Să dai impresia că oprești hemoragia unui hemofilic e ceva foarte convingător, dar, la vremea respectivă, Rasputin se bucura deja din plin de încrederea țarului și a țarinei. Și, în cea mai mare măsură, faptul că dobândise respectivul statut nu avea nicio legătură cu pretinsele lui puteri mistice. Cu mult înainte să facă miracole sau să emită profeții, într-o stare bizară, ca de transă, el se folosea de charisma sa formidabilă și de empatie, ca orice escroc priceput, ca să intuiască speranțele și temerile oamenilor și să deducă exact ce voia sau avea nevoie fiecare să audă. La început, mai precis în 1906, Nicolae i-a scris unuia dintre miniștrii săi: „Acum câteva zile l-am primit pe un țăran

---

* Sau orice altceva; un doctor, un canadian, un extraterestru care se dă om, o fantomă victoriană care jelește... (n.a.)

din districtul Tobolsk, Grigori Rasputin, care mi-a adus o icoană... Omul ne-a făcut o impresie remarcabil de puternică atât Majestății Sale, cât și mie, așa că, în loc de cinci minute, discuția cu el a durat mai bine de o oră."[10]

De fapt, discuția sau escrocheria a durat peste un deceniu. Și, cu toate că spectacolul montat de Rasputin era perfect șic în Sankt Petersburgul anului 1906 și, în același timp, fusese genial conceput astfel încât să răspundă nevoilor cuplului regal, care era temător, paranoic, izolat și, întâmplător, obsedat de ocultism, în realitate, ceea ce a cimentat dominația lui Rasputin asupra încrederii țarului și a țarinei a fost un truc pe care toată lumea l-a folosit: Rasputin le-a spus lui Nicolae și Alexandrei ceea ce voiau s-audă. Fricosului Nicolae i-a spus orice putea să-l facă să se simtă mai încrezător în forțele lui; iar Alexandrei i-a spus exact acele lucruri de care avea nevoie pentru ca starea de anxietate permanentă să i se mai domolească. Asta e important: trucul ăsta nu presupune să recurgi la lingușeală; tot ce trebuie să faci este să stabilești un soi de nivel de referință pentru realitate. Spunându-le exact ce voiau să audă – în esență, ceea ce aveau cel mai mult nevoie să creadă că era adevărat, oricât de fantastic ar fi sunat acel lucru –, Rasputin *a stabilit o bază pentru a fi crezut,* indiferent de cât de fantastice aveau să fie afirmațiile lui ulterioare.

În domeniul metafizicii, de la horoscoape la lideri de culte sectante, e clar, o dată în plus, că să crezi înseamnă să vezi – mai adesea decât să vezi înseamnă să crezi. Odată ce un individ vrea să creadă în ceva – sau, mai grav, crede *în mod autentic* în acel lucru, el sau ea va căuta dovezi că acel ceva e adevărat și va respinge orice dovadă care se întâmplă să-i indice contrariul.

Prejudecata de confirmare funcționează cât se poate de simplu. Însă lucrurile devin și mai ciudate când ajungem la credința nerațională. Odată ce oamenii simt că au

permisiunea să creadă într-un lucru absurd, ei nu doar că vor vedea dovada realității lui, dar își vor și modifica înregistrarea evenimentelor din trecut, care reprezintă amintirile lor, astfel încât ele să fie în acord cu respectiva credință. Acest fenomen ciudat este cunoscut ca „efectul amintirii false".

PREZICĂTORI, VINDECĂTORI PRIN CREDINȚĂ ȘI EFECTUL AMINTIRII FALSE

Efectul amintirii false implică abilitatea de a-ți aminti un scenariu în care e loc de mari îndoieli și, în loc să explorezi îndoiala, tu pur și simplu elimini acea ambiguitate printr-o fascinantă metodă de ajustare a memoriei. Așa funcționează minciunile bazate pe o credință nerațională, începând de la superstiții și terminând cu religia.

Mediile false și prezicătorii necinstiți exploatează tot timpul această tendință. Mergeți la o ghicitoare în Tarot sau în palmă; puteți să le urmăriți cum se fofilează în jurul marelui gol pe care îl reprezintă cunoașterea lor autentică legată de lucrul pe care ați venit să-l auziți descifrat. Mai întâi, ghicitoarea joacă jocul „rece-cald", livrându-vă tot felul de afirmații, care par să fie specifice, dar, în realitate, pot să i se aplice oricărui om sau oricărei situații. Spune lucruri de genul „uneori te simți singur" sau „ai pierdut ceva" sau „ceea ce aștepți se întâmplă deja, doar că tu nu-ți dai încă seama".

Tendința de a crede că aceste afirmații nu doar că sunt adevărate, dar sunt și specifice ascultătorului se numește „efectul Barnum". Inițial, denumirea a fost „efectul Forer", dar în 1956 această tendință a fost, în mod potrivit, redenumită în onoarea celui mai mare showman autocreat de pe pământ, P.T. Barnum. Psihologul Paul Meehl a observat

cât de similare erau afirmaţiile utilizate în studiul Forer cu cele din spectacolele montate de Barnum. Credinţa că oricare dintre „afirmaţiile Barnum" ţi se aplică perfect reprezintă baza modului în care horoscoapele funcţionează în cazul persoanelor asupra cărora funcţionează. De asemenea, se pare că unii oameni sunt natural mai predispuşi să considere aceste afirmaţii deliberat vagi ca fiind lipsite de orice echivoc, ba chiar ca fiind specifice pentru ei. Aceloraşi persoane le place să-şi citească horoscopul şi să li se ghicească viitorul, deci situaţia asta e convenabilă atât pentru escroc, cât şi pentru ţintă.

Pe măsură ce emite aceste afirmaţii, Barnum, falsul mediu sau ghicitor aşteaptă să vadă care dintre ele prind, stârnind o reacţie emoţională oricât de mică, apoi continuă pe linia respectivă, punând întrebări. În esenţă, el dă cu tine o bătălie psihologică, ţinând scorul victoriilor şi înfrângerilor. Întrebările sunt mai curând nişte sugestii de subiect (iubire, bani, moarte, carieră), spre care falsul prezicător poate să se îndrepte sau de care poate să se îndepărteze, în funcţie de răspunsul tău. Când strategia asta e folosită de medii şi de clarvăzători, ea se numeşte „citirea la rece a clientului", dar, în esenţă, nu e decât o formă de a ghici ce-şi doreşte să audă omul respectiv.

Escrocii pun întrebări – întotdeauna sub formă de afirmaţii – care sunt mereu adevărate, de genul „îţi lipseşte cineva" (tuturor ne lipseşte cineva) sau „ai fost tratat nedrept" (cine n-a fost tratat nedrept?). Apoi îţi evaluează nivelul de entuziasm din răspunsuri, ca să-şi dea seama de ce ai venit la ei. Însă, cam în jumătate din cazuri, nici nu trebuie să se mai chinuiască, fiindcă le-o spui tu direct – nimeni nu răspunde la „Ceva foarte important o să se întâmple curând!" cu „Aha, bine!", ci fiecare persoană în parte răspunde specific: „Mă căsătoresc! sau „Am programat un interviu pentru un post foarte bun! Uau! O să ies bine?"

Dacă o afirmație de genul „ai pierdut ceva" îți mărește ochii preț de o fracțiune de secundă sau îți determină o mică tresărire a palmei care ți-e citită, atunci escrocul știe că a atins un punct sensibil și începe să-ți spună diverse lucruri despre tine însuți, despre viața ta, despre problemele tale – firește, toate sunt afirmații Barnum, de genul „oamenii te subestimează" și imediat tu te prinzi în horă, fie prin confirmări („Soțul meu! Crede că sunt oarbă!"), fie prin corijări („Nu știu... Tocmai am fost promovat."). În punctul ăsta, escrocul știe că la muncă îți merge bine, dar ai un mariaj dezastruos. De vreme ce a obținut rezultate cu „ai pierdut ceva", evident că următorul pas este să te uimească livrându-ți „revelația" că recent ți-ai pierdut soțul – și dacă vede și cel mai mic semn de „Poftim?", se redresează rapid pe „Nu, stai nițel... *te simți* ca și cum l-ai fi pierdut. Nu mai ai încredere în el".

Dacă prima deducție a fost incorectă, atunci a doua aproape sigur atinge ținta. În orice caz, tu ai impresia că escrocul a ghicit perfect și începi să i te confesezi. În acel punct, el nu mai are altceva de făcut decât să se lămurească dacă îți dorești să-ți spună că soțul tău e un ticălos mincinos, care te înșală, sau că problemele sunt doar o închipuire a ta și că totul va fi bine.

Efectul amintirii false intră în funcțiune mai târziu, când îți amintești interacțiunea ca fiind ciudată sau remarcabilă; nu înțelegi cum de omul respectiv a putut să știe atât de multe. Tot ce ți-a spus despre tine a fost atât de corect, atât de specific și atât de profund... Cum de a putut să știe atât de multe despre tine? Despre sentimentele tale, despre problemele tale, despre trecutul și despre viitorul tău? Escrocul a știut atâtea pentru că tu i-ai spus totul, dar *apoi ai uitat literalmente că ai făcut asta.* Uiți toate rateurile și nu-ți mai amintești decât succesele escrocului (ceea ce se numește „prejudecată de supraviețuire") – și cu siguranță

nu-ți mai amintești că tu i-ai oferit mai multe informații decât ți-a oferit el.

Asta dacă nu cumva ai dat peste un clarvăzător autentic – caz în care vă asigur că omul nu lucrează ca prezicător.

TOTUL E BINE ȘI FRUMOS PÂNĂ CÂND CINEVA ÎȘI PIERDE MINȚILE

Însă asta suscită întrebarea: de ce cu toții am întâlnit atât de mulți clarvăzători *falși*? Și atâtea medii, atâția ghicitori și tot felul de alți specialiști în mediul spectral? Oare să sperii oamenii a fost întotdeauna o profesie? Cine a hotărât că toate chestiile astea sunt suficient de reale ca să merite să fie falsificate? Toate escrocheriile astea cu aromă de supranatural se bazează pe încrederea noastră nativă – oricât de firavă sau de reticentă ar fi ea – că o parte dintre informațiile care ne sunt furnizate *ar putea totuși* să fie reale.

Iar încrederea asta e mult mai recentă decât v-ați închipui.

Ați mers vreodată la o ședință de spiritism? Sau v-ați jucat vreodată cu o planșetă Ouija? Sau curățându-vă dinții cu ață dentară, în baie, v-ați gândit vreodată la avantajele și la dezavantajele de a o invoca pe Bloody Mary, rostindu-i numele, de trei ori, în fața oglinzii*? Aceste jocuri copilărești și tradiții s-au născut dintr-o mișcare de la începutul secolului al XIX-lea numită Spiritualism (nu e vorba despre faptul că ții un cristal în torpedoul mașinii ca să-ți protejezi transmisia și încerci să fii vegan, mai puțin în weekenduri). La vremea aceea, Spiritualismul se referea la fantome, la medii și la ocult. A fost o mișcare pornită

* A, ce bine! Mă temeam că eu sunt singura (n.a.).

oarecum spontan de trei tinere: Kate, Margaret și Leah Fox. Surorile Fox s-au numărat printre principalii promotori ai mișcării spiritualiste, datorită capacității lor de a comunica direct cu fantomele. Fetele li se adresau, iar „spiritele" le răspundeau printr-un sistem misterios de plesnituri și ciocănituri.

Brusc, încercarea de a comunica direct cu morții a devenit noua obsesie a lumii întregi.

Era evident că, în momentul acela, ceva ciudat se întâmpla în Rochester, NY, căci orășelul devenise sursa unor religii noi și neobișnuite, inclusiv a mormonismului și a adventiștilor de ziua a șaptea, însă cel mai popular și mai „glam" dintre cultele secolului al XIX-lea a fost Spiritualismul. Majoritatea ideilor noastre moderne despre fantome și medii și despre toate lucrurile supranaturale și post-mortem sunt doar rămășițe ale mișcării Spiritualiste din acea epocă. Ideea de bază a Spiritualismului era că fantomele erau reale și că anumite persoane speciale (asemenea surorilor Fox) puteau să comunice cu ele.

Probabil vă întrebați cum de trei tinere, dintre care două erau în vârstă de zece și doisprezece ani, au putut să pună bazele unei religii proprii, atât de sinistre*. Au făcut asta accidental, când o farsă le-a scăpat de sub control. Erau niște copile plictisite, care, pasămite, își păcăleau părinții trosnindu-și degetele de la picioare. Ceea ce probabil că vi se pare o tâmpenie, pentru că asta și e. Fetele se prefăceau că, dintr-odată, casa lor era bântuită și că ele vorbeau cu spiritele, care le răspundeau prin pocnituri și zgrepțănături ciudate. Asta a înspăimântat-o pe mama lor,

* Dacă nu vă întrebați, *de ce* nu vă întrebați? Fiți mai curioși! Doar dacă nu cumva gândiți că „A, da – îmi aduc aminte când am inițiat propria mea religie macabră, pentru profit. Eram un copil". În cazul ăsta... presupun că trebuie să vă felicit (n.a.).

care le-a trimis să stea cu sora lor mai mare, care era măritată şi locuia în Rochester. Odată ajunse acolo, minciuna a scăpat de sub control.

În acea perioadă, Rochester era un oraş monoindustrial, iar în 1848 această industrie a început să ducă la apariţia de culte. Şi a cerealelor pentru micul dejun – tot un soi de cult, la acel moment –, dar, în mod bizar, subiectul ăsta ţine de următorul capitol. Când două fetiţe (a căror capacitate dovedită de a comunica direct cu morţii era atât de evidentă şi de tangibilă încât o speriase pe mama lor, astfel că aceasta le izgonise de acasă) au sosit în Rochesterul-mi-am-inventat-propria-religie-pentru-profit, firește că experţii locali în chestii legate de culte au vrut să afle totul despre ele. Aşa că fetele au fost nevoite să continue spectacolul.

Curând, au fost declarate ca având puteri autentice şi în scurt timp au adunat peste un milion de „adepţi". Mai important, ele au început să aibă şi *susţinători*. Au fost duse prin casele tuturor bogătaşilor din New York, unde au câştigat înfricoşător de mulţi bani din şedinţe de spiritism, care, cu timpul, au devenit tot mai elaborate, incluzând mişcarea mesei, lumini pâlpâitoare, scris în transă, posesiuni spiritualiste şi, ocazional, chiar şi apariţii. Spiritualismul fusese îmbrăţişat de mulţi, inclusiv de Sir Arthur Conan Doyle, dar a fost şi respins cu vehemenţă de alţii, mai ales de Harry Houdini, care aprecia distracţiile nevinovate, dar a luat frauda spiritualistă ca un afront personal şi a făcut o obsesie din demascarea aşa-ziselor medii. Cu toate astea, Spiritualismul a devenit un fenomen global şi fetele au continuat să mintă vreme de patruzeci de ani.

Apoi, în 1888, Maggie Fox, devenită femeie matură şi un pic alcoolică, a apărut pe scena Academiei de Muzică din New York şi a denunţat public Spiritualismul. Ca să

facă asta, a fost plătită cu 1 500 de dolari, dar motivul principal al gestului ei a fost o ceartă cu Leah, sora mai mare, o spiritualistă de frunte. În fața publicului și a jurnaliștilor prezenți, Maggie a mărturisit: „Eu și sora mea Katie eram niște copile când a început escrocheria asta îngrozitoare." Și a continuat prin a explica: „Când aud zgrepțănăturile, mulți oameni își închipuie că sunt atinși de spirite. Ceea ce reprezintă o iluzie foarte des întâlnită."[11] Maggie a făcut chiar și o demonstrație: și-a scos pantoful, și-a așezat piciorul pe un taburet și a început să producă acele bizare și celebre pocnituri. Ziarul *New York Herald* a relatat: „Iat-o pe văduva cu chip angular, îmbrăcată în negru, flexându-și degetul mare de la picior și declarând solemn că acesta a fost modul în care a creat euforia ce i-a făcut pe atâția să-și piardă mințile ori să se sinucidă. Acum povestea a părut absurdă și, peste o secundă, a devenit stranie."[12]

Cu tot respectul față de *The New York Herald*, eu sunt destul de sigură că întregul episod a fost bizar.

Dar, pe de altă parte, toată a doua jumătate a secolului al XIX-lea a fost bizară. Bizară în toată regula – dat fiind că atunci au apărut electricitatea, automobilele și expozițiile mondiale, poți să-i ierți pe oameni că ajunseseră să vadă ceva bizar și să spună, liniștiți: „Da, mă rog – foarte bine!" Știința era o noutate, magia era ceva vechi, totul era ciudat și probabil că oamenilor le era greu să mai facă diferența între ele. Și, apropo, să nu uităm că asta era și epoca în care Rasputin își făcea numărul cu Romanovii.

Așa că, în mod evident, incertitudinea vremurilor și noua lume ciudată, care apărea împrejurul tuturor, au influențat oamenii, făcându-i să creadă într-o mulțime de prostii. Dar, cel mai important, ăsta e genul de escrocherie în care vrei cu atâta disperare să crezi, încât, în cea mai mare măsură, ea e imaginată de propria ta minte. Situația aduce cu momentul în care vezi bila de cauciuc care n-a

fost aruncată în sus de magician, cu diferența că, în loc să vezi sau să simți fizic lucruri care nu s-au întâmplat – cum ar fi mișcarea planșetei Ouija, un loc rece din cameră, un spirit care-ți transmite semnale sonore (deși asta poate să se-ntâmple) –, efectul amintirii false te determină să-ți *amintești* lucruri care nu s-au întâmplat. Schema asta funcționează similar cu efectul placebo, în sensul că vrei să crezi într-un lucru, pentru că, de fapt, tu deja credeai în el.

Dar în cazul escrocheriilor religioase, spirituale sau supranaturale mai există o dimensiune suplimentară, care poate să determine efecte secundare dramatice. Pentru că nevoia lor de a crede este atât de intensă, demascarea unei escrocherii poate să-i înfurie la culme pe oameni.

MAGIE VERSUS SPIRITUALISM

Harry Houdini nutrea o ură înverșunată față de falsele medii. Iar sentimentul ăsta i s-a născut după moartea mamei lui. Harry și mama lui fuseseră foarte apropiați și, cufundându-se într-o stare de suferință profundă, fiul a făcut ceea ce fac mulți oameni, adică s-a îndreptat spre spiritualitate – sau, mai exact, în cazul lui, spre Spiritualism. Harry a intrat în acest proces cu mintea mai mult decât deschisă: era pregătit și dispus să creadă totul, dacă asta însemna că putea să mai vorbească măcar o singură dată cu mama lui. Harry se afla așadar în starea de spirit cea mai potrivită ca să creadă o minciună. Din nefericire, deși adevărul poate să fie subiectiv, realitatea factuală nu e, iar Houdini era unul dintre cei mai mari iluziniști din lume. Deși își dorea enorm să creadă, ședință după ședință, peste tot pe unde mergea, nu putea să nu vadă trucurile caracteristice. Acceptând că mediile întâlnite erau doar niște șarlatani și că, în mod evident, niciunul nu putea

de fapt să comunice cu morții, speranțele i s-au năruit, prefăcându-se în mânie.

Cuprins de o furie aparent disproporționată, Houdini și-a petrecut tot restul zilelor căutând și demascând tot felul de guru, de clarvăzători și de mistici. A devenit un neobosit luptător împotriva Spiritualismului, studiind metodele și teoriile din domeniu, fiind în mod special obsedat să-i demaște pe cei pe care-i numea „vulturi ce profită de oamenii îndoliați"[13]. Era atât de obsedat de acești „vulturi", încât îi urmărea asiduu, participând incognito la ședințele mediilor false și studiindu-le metodele. De îndată ce sesiza trucul, își dezvăluia identitatea în fața celorlalți participanți și demasca escrocheria. De obicei expunând și cele mai mici detalii. Harry și-a petrecut cea mai mare parte din timpul și din energia care-i mai rămăseseră discreditându-i agresiv prin ziarele din întreaga țară și prin intervenții publice, unde proiecta fotografii cu medii individuale, cărora le dădea numele și-i făcea de ocară, denunțându-i ca șarlatani. Apoi, ca să-și demonstreze spusele, reproducea în fața publicului pretinsele capacități paranormale ale respectivelor medii. A scris chiar și o carte, *A Magician Among the Spirits*, care a fost publicată în 1923. După apariția ei, iluzionistul a călătorit prin toată țara, înlocuindu-și spectacolele de magie cu conferințe în care explica și discredita practicile spiritualiste. În 1925 a făcut și un turneu național de conferințe, peste tot biletele vânzându-se până la ultimul. În plus, Houdini a anunțat că oferea zece mii de dolari oricărei persoane care putea să demonstreze capacități supranaturale sau de clarviziune autentice, pe care el să nu fie în stare să le reproducă[14].

Obsesia furibundă a lui Houdini relevă intensitatea forței pe care credința o are asupra noastră, capacitatea ei de a ne transforma în adepți convinși sau în oponenți

înverșunați. Nu poți să superi atât de tare pe cineva, decât dacă, la început, persoana respectivă a crezut măcar puțin în minciuna ta. Oamenii pierd simțul proporțiilor când își dau seama că s-au lăsat păcăliți de o prostie – nu pentru că minciuna în sine e devastatoare, ci pentru că *faptul de a o crede* a avut rezultate devastatoare. În esență, o astfel de minciună îți destabilizează perspectiva asupra realității obiective. Dacă ai crezut realmente într-un lucru și el s-a dovedit a nu fi adevărat, atunci în ce altceva mai crezi care nu e adevărat? Mai există ceva din ceea ce crezi care e adevărat?

Există un întreg domeniu științific emergent care studiază cât de greu îi este omului să-și schimbe percepția și opinia emoțională în ceea ce privește realitatea factuală, odată ce a acceptat că un lucru *e* real și chiar dacă i se oferă dovezi incontestabile care atestă contrariul. În ultimă instanță, totul se reduce la și mai multă disonanță cognitivă: omul nu e incapabil să proceseze informații noi, dar, cel mai adesea, pur și simplu nu poate să accepte că lucrul în care a crezut inițial a fost o minciună – cel puțin, nu dacă a crezut în ea în mod autentic.

Traiectoria prejudecății de confirmare (crezi în ceva și, în consecință, începi să vezi peste tot împrejur dovezi ale adevărului acelui lucru), urmată de disonanța cognitivă (te încăpățânezi și crezi în ceva cu atât mai mult cu cât acel ceva e dovedit ca neadevărat) reprezintă un răspuns emoțional puternic și o formă de eroare cognitivă recursivă care pervertește gândirea obiectivă. Iar acest eșec în buclă de a vedea (sau chiar de a fi capabil să vezi) logica reală survine întrucât problema reprezintă nu minciuna în care omul a crezut, ci dacă o altă persoană a putut sau nu să-l facă să creadă în ea. Procesarea informațiilor noi și contradictorii ajunge să depindă exclusiv de o nevoie disperată de a crede – echilibrată de o nevoie la fel de disperată de a

nu descoperi că toate credințele lui sunt false. Se dovedește că, în realitate, e mai ușor să convingi un om (oricine ar fi el) să creadă într-o minciună (orice fel de minciună) decât e să convingi acea persoană că a fost mințită, odată ce a ajuns să creadă în respectiva minciună.

Și tocmai pentru că e atât de neverosimilă, escrocheria Guru este una dintre minciunile cu care lumea e cel mai greu de convins, dar schema funcționează mai ușor dacă persoanele care caută o astfel de călăuzire au deja starea mentală necesară ca s-o accepte. Gândirea magică este cea care îi pregătește pe oameni să accepte, pur și simplu, ceea ce e de necrezut. Dacă asta nu s-ar întâmpla, oamenii respectivi nici măcar nu ar lua în considerare respectiva idee. Util este și faptul că escrocheria Guru implică adesea supranaturalul – asta dacă nu cumva, asemenea lui Houdini, ești capabil să demaști mecanismul fizic prin care gurul manipulează realitatea fizică (de exemplu, o planșă Ouija trucată sau un ventilator ascuns). Pentru că, din acest motiv, șarlatanii sunt aproape imposibil de demascat. Când escrocheria nu implică obiecte fizice, când ea se bazează exclusiv pe credință, e practic imposibil să fie revelată ca atare.

Iar oamenii se angajează într-o gimnastică mentală cu-adevărat uluitoare, doar ca să evite confruntarea cu faptul că guru e un escroc – să luăm drept exemplu concluzia nebunească la care a ajuns țarina Alexandra, cum că Rasputin avea un imitator misterios și răuvoitor, care dorea să-l facă să pară, în ochii tuturor celor din Sankt Petersburg, ca fiind un individ obscen, un bețiv și un mincinos. Poate că Alexandra era doar nebună. Dar, pe de altă parte, încercați să vorbiți rațional cu un credincios devotat al vreunui canal religios de televiziune și o să înțelegeți ce vreau să spun.

TELEEVANGHELIȘTII ȘI ALȚI INDIVIZI CARE VOR AJUNGE ÎN IAD

Escrocheriile Guru iau toate formele și pot să fie de toate dimensiunile, iar dacă lor le adăugăm și teleevanghelismul, intrăm în categoria SUPER SIZE. La fel ca Rasputin, șarlatanii aceștia fac comerț cu favoruri politice și acumulează averi. Ei sunt figuri religioase autodeclarate care, cel mai adesea, nu au calificări reale și nici vreo afiliere oficială cu organizațiile sau entitățile pe care pretind că le reprezintă. Tocmai de-asta sunt nevoiți să-și fondeze propriile biserici*. Și prin ce metodă ar putea să ajungă cel mai bine la masele disperate, dacă nu prin televiziune?

Teleevangheliștii petrec ore bune pe zi „predicând evanghelia". Atât doar că, în realitate, ei numai asta nu fac. În discursurile lor presară și puțină învățătură creștină, dar, dacă-i asculți cu atenție, în cea mai mare parte din timp transmit auditoriului lor de bază – și știu care este publicul lor țintă; își fac din asta un scop principal – exact ceea ce el vrea să audă, pe cele mai diverse teme: sociale, politice, personale sau de orice altă natură, dar care nu are nicio legătură cu scriptura. Teleevangheliștii proclamă lucruri de genul „ești un om drept", „situația ta o să se îmbunătățească", „oamenii profită foarte mult de bunătatea ta", „e bine că ai votat cu X", „ai perfectă dreptate în legătură cu..." orice nebunie în care adepții lor mai cred etc. Firește, aceste afirmații servesc stabilirii aceluiași paradox prin care, ca să continui să crezi în ceea ce voiai să crezi sau în ceea ce aveai nevoie să crezi la început, trebuie să crezi *în tot* ce spune teleevanghelistul, pentru că altfel cazi victimă imposibilei stări de disonanță cognitivă.

---

* Ceea ce-ar fi trebuit să fie un indiciu relevant pentru adepții lor (n.a.).

Inevitabil, asta duce la momentul în care guru începe să facă sugestii care implică... bani.

Uneori banii sunt adunați pentru o cauză; alteori iau forma unei donații directe făcute „bisericii" – ca banii pe care bunica mea obișnuia să-i trimită Clubului „Praise the Lord"*. Clubul „Praise the Lord" a fost invenția primului predicator TV din categoria „trimiteți-mi bani", Jim Bakker. Bakker și soția lui, Tammy Faye, au fost printre primii teleevangheliști din America. Și au fost cei mai cunoscuți. Se pare că ideea de a produce „o versiune creștină a emisiunii *The Tonight Show*" i-a aparținut lui Bakker. Această „versiune creștină" a fost declarată „inovatoare" – e și ăsta un mod de a o eticheta –, însă, de departe, cea mai mare inovație a lui Bakker a fost metoda de finanțare. În loc să-și găsească sponsori care să-l plătească pentru a le difuza reclamele, așa cum procedează majoritatea emisiunilor TV, soții Bakker făceau apel direct la spectatorii lor, spunându-le că „dacă sunteți cu noi, *trimiteți bani*".

Și oamenii trimiteau; conform fostului șef de securitate al PTL, Don Hardister, „aveam un birou unde se primeau banii cash și uneori acolo se adunau mai mulți bani decât... aș fi putut să-mi închipui vreodată. (...) Oamenii ne trimiteau haine din blană de nurcă, inele cu diamante, acte de proprietate. Adică primeam tot felul de donații"[15]. Inițial, emisiunea a fost difuzată de un mic post de televiziune din Carolina de Nord; apoi soții Bakker au cumpărat timp de difuzare la multe alte posturi TV de pe tot cuprinsul Statelor Unite. În 1978, Bakker a creat o rețea-satelit prin care să difuzeze „Cuvântul" către și mai mulți telespectatori.

---

* Cea mai amuzantă parte a acestei povești? Bunica mea nu era nici măcar creștină, darămite evanghelică. Atât de buni sunt tipii ăștia la a-i escroca pe oameni. În special pe vârstnici (n.a).

Mai mulți telespectatori însemnau mai multe donații, astfel că, în decurs de doar câțiva ani, soții Bakker au ajuns putred de bogați – prin delapidare.

Dar nu toți banii au fost folosiți de Tammy Faye ca să-și cumpere mascara; soții Bakker au folosit o parte din ei ca să achiziționeze 930 de hectare de teren, pe care au construit un hotel cu cinci sute de camere și un parc acvatic botezat Heritage USA. Întregul complex ar fi trebuit să fie un soi de „Disneyland creștin". Fiindcă așa ceva ar putea să existe în realitate! Lăsând însă la o parte prostul-gust, problemele au început (să apară, presupun) când Bakker le-a cerut adepților săi să doneze câte 1 000 de dolari fiecare, bani care ar fi trebuit să le ofere „un parteneriat pe viață". Donatorii ar fi avut dreptul la o ședere anuală de trei zile în hotelul Heritage Grand. Chestia a fost însă că Bakker a luat donații de câte 1 000 de dolari de la prea multe persoane – motiv pentru care au rezultat peste 66 000 de parteneriate pe viață.

Și tocmai atunci, în acea perioadă atât de inoportună, când Bakker dădea să construiască o biserică (să zicem) nouă, în valoare de o sută de milioane de dolari, pe care voia, plin de bun-gust, s-o numească The Crystal Palace, Tammy Faye a suferit o cădere nervoasă. O *criză* nervoasă paroxistică, cu halucinații, cu vorbit aiurea și cu dezbrăcat în public. După circa două luni, soții Bakker au făcut public un mesaj video în care au explicat că Tammy Faye era tratată pentru dependență de droguri. Hopa! Iar un necaz nu vine niciodată singur! Ca atare, *The Charlotte Observer* a publicat un expozeu despre aventura amoroasă pe care Jim Bakker o avusese cu o secretară a „bisericii", o fată în vârstă de douăzeci și unu de ani, pe nume Jessica Hahn. Situația a devenit și mai gravă când Hahn a pretins că nu avusese nicio aventură cu Bakker, ci că acesta o agresase sexual. Teleevanghelistul a negat, dar oricum „biserica"

a plătit-o ilegal pe fată cu 200 000 de dolari, ca să-și țină gura. Ceea ce, când s-a aflat, n-a dat bine deloc.

Bakker și-a dat demisia și l-a rugat pe bunul lui prieten Jerry Falwell să-i preia „biserica" până când scandalurile aveau să se stingă. Întrucât teleevangheliștii sunt oameni cumsecade, Falwell l-a refuzat, spunând că soții Bakker nu erau potriviți să conducă PTL. Și tot el, ca să pună capac, a comunicat că Bakker fusese acuzat și de homosexualitate.

La momentul ăsta însă, soții Bakker aveau deja și problemele *reale*: guvernul începuse să auditeze toate finanțele PTL, inclusiv „compensațiile" soților Bakker și cheltuielile lor personale – în urma auditării dovedindu-se, deloc surprinzător, că toate cheltuielile personale fuseseră făcute din banii „bisericii". La un moment dat, în vastul portofoliu al soților Bakker se aflau mai multe case, un avion particular, două Rolls-Royce-uri, un Mercedes Benz, haine scumpe și o „căsuță" pentru câine dotată cu aer condiționat[16]. Investigația suprarealistă s-a finalizat cu punerea sub acuzare a lui Jim Bakker (opt capete de acuzare pentru fraudă poștală, cincisprezece capete de acuzare pentru fraudă informatică și un cap de acuzare pentru conspirație) și a tuturor personajelor aflate în conducerea „bisericii". Pe 5 octombrie 1989, Jim Bakker a fost găsit vinovat de toate cele douăzeci și patru de capete de acuzare, i s-a impus să plătească o amendă de 500 000 de dolari și a fost condamnat la patruzeci și cinci de ani în închisoare. Bakker a făcut recurs și, în 1991, i s-a acordat o reducere a pedepsei de doar opt ani. Până la urmă însă, a stat după gratii mai puțin de cinci ani.

Și cu asta probabil vă închipuiți că povestea reverendului Jim Bakker s-a încheiat. Dar el nu activa în domeniul credinței, ci în domeniul puterii manipulative – la fel ca guru. Imediat după ce a ieșit din închisoare, Bakker a fondat o nouă „biserică" numită Morningside,

iar în 2003 a început să difuzeze *The Jim Bakker Show*, o emisiune TV în care personajele principale erau el și noua lui soție. Proaspătul cuplu Bakker a început să strângă bani pentru Morningside „vânzând" produse de apocalipsă: echipamente de supraviețuire și găleți de nouăsprezece litri cu mâncare congelată – pentru „sfârșitul lumii", mă înțelegeți, da? Și – ce să vezi? – au avut un succes extraordinar și în această nouă întreprindere – *aproape* ca și când adepții lor uitaseră cu totul de lăcomia, de escrocheria și de destrăbălarea marca Bakker, de acuzațiile din justiție și de sutele de milioane de dolari pe care Jim Bakker și fosta lui soție le furaseră și nu-și mai aminteau decât de „Praise the Lord"!

Așa cum Salvador Dalí a spus odată: „Diferența dintre amintirile false și cele autentice este aceeași ca și în cazul bijuteriilor: întotdeauna cele false arată cel mai real și sunt cele mai strălucitoare!"[17]

Să le ceri adepților tăi să-ți trimită bani, în timp ce tu trăiești pe picior mare e un gest foarte îndrăzneț. Și de domeniul infracțional. Însă, în mod bizar, nerușinarea etalată deschis face gestul să pară mai puțin ipocrit. În fond, nu e ca și cum soții Bakker ar fi zis „trimiteți bani pentru biserică – pentru voi înșivă – pentru congregație", după care le-ar fi închis tuturor ușa-n nas. Nu, ei au spus doar *„trimiteți bani"*. De obicei, când cineva solicită donații, sumele respective sunt destinate unui anume proiect – de pildă, ca sutele de milioane de dolari pe care adepții i-au donat pentru construirea megabisericii (cu 16 800 de locuri) din Houston a lui Joel Osteen, lăcaș care, în timpul uraganului Harvey (când zeci de mii de persoane au trebuit să-și părăsească locuințele), și-a închis ușile și nu le-a permis tocmai adepților-donatori să se adăpostească în interior[18]. Când Osteen a fost demascat în presă, expunându-se comportamentul lui plin de lașitate, escrocul a

pretins că megabiserica Lakewood – una dintre cele mai mari din Statele Unite ale Americii – era „inaccesibilă din cauza inundațiilor extreme"[19]. Din păcate pentru el, afirmația asta era megafalsă și i-a înfuriat pe toți locuitorii din Houston, care au postat pe rețelele sociale un val fără sfârșit de fotografii care arătau biserica perfect neinundată. Finalmente, Biserica Lakewood a emis un comunicat oficial de presă prin care a pretins că *nu-și închisese niciodată ușile*, dar (absolut derutant) că era pregătită să-și deschidă ușile „odată ce adăposturile din orașe și din regiune vor fi ajuns la maximum de ocupare".

Când s-a constatat că nici această declarație nu era pe placul majorității oamenilor, Osteen – care se întâmplă că predică „scriptura prosperității" (care, trebuie spus, nu există în realitate), pretinzând că, dacă omul îi urmează învățăturile creștine, va dobândi ca prin magie mai mult succes personal și mai multă bogăție – a încercat să se apere insistând că „acesta nu e doar un atac la adresa mea, ci e un atac la ceea ce noi reprezentăm – pentru credință, pentru speranță, pentru iubire.[20] (...) Iisus chiar a spus: «Când lumea te urăște, amintește-ți: lumea m-a urât mai întâi pe mine.»" Deși faptul că un multimilionar, autor de cărți de self-help și predicator TV (care și-a închis biserica, refuzându-le accesul în interior victimelor unui uragan de categoria 4) s-a comparat pe sine cu Iisus Hristos e deja ceva remarcabil, de fapt, cea mai interesantă parte din declarație este prima, întrucât ea funcționează ca un mesaj adresat congregației, dar și ca un ghid al felului în care el, Osteen, își manipulează congregația. Când a spus „acesta nu e doar un atac la adresa mea, ci e un atac la ceea ce noi reprezentăm", ca răspuns la criticile aduse opțiunilor *lui*, comportamentului *lui* și *lipsei lui de moralitate*, Osteen a pus semnul egal între respectivele critici și un atac la adresa tuturor lucrurilor în care enoriașii lui credeau. N-ar

fi putut să fie mai limpede nici dacă ar fi urlat *„disonanță cognitivă"* într-un microfon.

Totuși, pentru cazul în care se mai găsea vreun credincios care să-i pună la îndoială autoritatea morală, Osteen a adăugat declarației o predică prin care și-a avertizat congregația: „Știți că eu cred realmente că, în această perioadă dificilă, rolul meu nu este să vă pun la îndoială credința, ci să fac apel la credința voastră, pentru că Dumnezeu este cel care vă dă puterea să treceți prin perioadele dificile."[21] Dacă prima afirmație a fost o manipulare, a doua a fost o amenințare directă; continuați să vă îndoiți de mine și vă îndoiți nu doar de propria voastră credință, ci vă îndoiți chiar de Dumnezeu și nu vreți să faceți asta, ori s-ar putea să vă treziți fără niciun fel de sistem de credință, care să vă ajute să depășiți criza asta.

Aoleu!

Cine știa că să donezi bani pentru construcția unei biserici (darămite să vrei să te adăpostești în interiorul uneia) poate să fie un câmp atât de minat din punct de vedere etic și psihologic? Iar asta când banii sunt solicitați direct, pentru un scop anume – de pildă, construcția bisericii –, și după aceea sunt *realmente* cheltuiți în cadrul proiectului pentru care au fost donați. În alte cazuri, teleevangheliștii îți solicită bani ca *o demonstrație de credință* din partea ta. În această situație, banii nu ți se cer chiar direct; pur și simplu, subiectul apare „în peisaj", tu ești încântat și, cumva, ajungi la concluzia c-ar fi o idee bună să dai niște bani; și nu ești singura persoană care-și deschide portofeiul, așa că, la momentul respectiv, nu te gândești că e vorba despre o escrocherie. Dar scopul donației e mult mai puțin clar decât în cazul în care se cer bani pentru construcția celei mai mari și celei mai inospitaliere biserici din lume. Practic, tu faci o donație mai puțin rațională și mai puțin specifică către *„biserică"* –

spunându-ți-se că banii sunt destinați pentru „un proiect" sau pentru „fapte bune".

În aceste situații, teleevangheliștii deosebit de transparenți predică „scriptura banilor de sămânță". Banii de sămânță reprezintă una dintre cele mai înfiorătoare practici ale „scripturii prosperității". Ideea din spatele banilor de sămânță este că, prin intermediul teleevangheliștilor, tu îi trimiți lui Dumnezeu bani la propriu, bani cash*. Pentru niciun motiv sau proiect clar (deși, indubitabil, banii vor fi folosiți pentru „fapte bune", nu-i așa?). Să ne lămurim: tu nu faci asta ca să susții „biserica" într-o manieră nedefinită – în stilul Clubului PTL –, ci faci asta ca o demonstrație de credință. Întrucât Dumnezeu vrea să dai banii ca o demonstrație de credință, dacă îi dai, vei fi răsplătit cu de mai multe ori valoarea investiției – pardon, a donației. Dar asta într-o formă sau alta... Și, evident, răsplata nu va veni de la ei, de la teleevangheliști. Căci ei, teleevangheliștii, folosesc banii ca să-și cumpere droguri și prostituate și avioane și alte chestii**. Însă Dumnezeu știe ce ai făcut și va avea grijă să primești o pleașcă pe măsură, sub o formă sau alta. Iar dacă nu o primești... mai așteaptă. Și dacă n-o primești niciodată, atunci probabil că Dumnezeu știe și ce *altceva* ai mai făcut, așa că ar fi bine să-i mai trimiți niște bani, ca să-L îmbunezi.

Cadrul rațional implicat în credința că ai creat un rezultat metafizic (bani din cer) prin intermediul unui act fizic lipsit de orice legătură cu el (cum ar fi trimiterea banilor de sămânță) se bazează pe fenomenul „gândirii magice" – o stare de spirit frecvent întâlnită la pariorii compulsivi,

---

* S-ar putea să se accepte și banii trimiși prin PayPal. Nu sunt sigură (n.a.).

** Nu sunt deloc o imbecilă, care să reducă lista posibilităților, dar Jim Bakker chiar a și cumpărat toate astea (n.a.).

dar și mai des la oamenii oprimați, săraci sau disperați din alte motive fizice ori financiare. Prin urmare, este o variantă a escrocheriei Guru, care prinde mai bine la oamenii săraci decât la cei bogați, ceea ce înseamnă că este o versiune deosebit de malefică.

Ceea ce firește că ne conduce la politică.

„FĂRĂ RASPUTIN, LENIN N-AR FI EXISTAT"

Cel puțin asta era opinia unei figuri-cheie din perioada Revoluției Ruse, Aleksandr Kerenski. Deși guvernul provizoriu rus, pe care l-a condus după revoluția rusă, a fost dizolvat rapid de bolșevicii cruzi și incompetenți – la scurt timp după ce bolșevicii îi uciseseră pe cruzii și incompetenții Romanovi –, Kerenski a spus lucrurilor pe nume: a dat vina, pentru starea șocantă a statului, pe problema pe care familia regală o avusese cu gurul ei, Rasputin.

„Fără Rasputin, Lenin n-ar fi existat"[22] este o observație care merită a fi reținută, mai ales pentru că nu există minciuni noi, ci doar mincinoși noi. Plecând de la a face pe populistul și pe omul din popor și ajungând la a deveni extrem de dezgustător, din punct de vedere fizic, Steve Bannon (în mod ironic, un autodeclarat leninist) este, la rândul lui, un adevărat „fermecător". Povestea succesului său este ilustrativă pentru modul în care funcționează escrocheria Guru la politicieni, ca și la fețele bisericești, fiindcă ea *realmente* n-are nicio legătură cu religia.

Are legătură cu controlul.

Iar în cazul acelor guru din liga mare are legătură cu a avea acces la urechea persoanei potrivite (fie că vorbim despre Trump, despre cei din familia Mercer sau despre liderii Partidului Republican), ca să poți să convingi

persoana potrivită că ai puteri speciale și, prin urmare, că ești atât infailibil, cât și indispensabil. Trebuie să creezi iluzia – și finalmente realitatea – *nevoii*. Odată ce-ai reușit asta, ținta este cea care face aproape toată treaba. Guru, deși periculoși, nu sunt altceva decât niște paraziți. De-asta întotdeauna încep prin a-și oferi serviciile, într-o manieră aparent absolut altruistă. În felul ăsta, își fac genul de intrare care le permite să acceseze ținta și care le oferă timpul necesar ca să descifreze nevoile și (cel mai util) temerile țintei.

Odată insinuat, guru începe să-și flateze ținta, să-i spună toate lucrurile pe care omul respectiv deja are nevoie să creadă că sunt adevărate, apoi, gradual, pornește să-și insereze în discurs propriile lui interese. Minciunile și eșecurile sunt eliminate de prejudecata de supraviețuire și de efectul amintirii false și, indiferent cât de înfiorător ar fi comportamentul gurului, odată ce a câștigat încrederea deplină a țintei, prejudecata de confirmare îi impune ca acel comportament să fie negat sau neluat în considerare.

Dar de ce țintele se pun deliberat în postura de a fi trase pe sfoară – pentru că fac asta și o fac în mod repetat – este o întrebare care merită să fie pusă. Asta nu doar pentru că e vorba despre o propensiune ciudată, ci și pentru că, dacă aștepți de la guru mai mult decât un horoscop, un citit un palmă sau o dovadă a vieții după moarte, atunci efectul acestei situații asupra oamenilor și evenimentelor poate să depășească ecuația guru-țintă.

Se întâmplă că mie îmi plac horoscoapele. Dar niciun horoscop nu i-a spus vreodată cuiva să omoare un om sau cum ar trebui condusă politica externă a țării. Pe de altă parte, cultele religioase sectante sunt mai directe în instrucțiuni și au adepți mult mai tenaci decât fanii astrologilor. Teleevangheliștii n-au rețineri: le spun oamenilor exact ce să facă și cum să se comporte, depășind nivelul lui

„nu cumpăra nimic atât timp cât Mercur e retrograd". Ei le spun oamenilor ce e moralmente acceptabil, ce se cere socialmente; în unele cazuri, chiar pretind că vorbesc în numele lui Dumnezeu. Iar adepții îi cred. Genul ăsta de putere e periculos. Și teleevangheliștii îi țintesc în primul rând pe cei lipsiți de putere; iar aceste persoane, prin devotamentul lor sclavagist, își fac rău chiar lor înșiși. Cei mai mulți teleevangheliști nu manipulează tipul de indivizi care iau hotărâri pentru noi, toți ceilalți – nu țintesc oameni precum cei din familia regală rusă, precum președintele unei țări puternice sau membrii unui partid politic.

Și-atunci de ce *astfel de ținte*, persoane cu putere și influență, își caută ele, în mod deliberat, un guru? Întrucât cele mai multe chiar asta fac. Răspunsul este același ca în cazul oricărui alt individ: din frică și disperare. Deși intuitiv ne dăm seama că e logic ca oamenii lipsiți de putere să fie marcați de aceste sentimente, e ciudat să vezi că persoanele cele mai privilegiate și mai puternice din societate sunt adesea și cele mai disperate și mai înfricoșate. Și e ciudat că tocmai puterea – și presiunile generate de ea – este cea care naște în ei aceste sentimente. În vreme ce disperarea se naște adesea din sărăcie, din suferință, din nesiguranță și dintr-o lipsă de putere autentică, în mod ironic disperarea poate la fel de ușor să fie rezultatul unui exces de putere, de influență, de bogăție și rezultatul anxietății – anxietatea cu privire la tot: de la cum să folosești puterea, influența și bogăția până la cum să păstrezi puterea, influența și bogăția.

Incompetența e o sursă profundă de teamă în legătură cu viitorul.

Iar cei care cred autentic în guru – și cei care sunt cei mai în pericol să cadă în mrejele unei astfel de persoane – sunt de obicei speriați și întotdeauna își doresc cu disperare ca altcineva să le spună ce să facă. Sunt mai mult decât

dispuși să-și cedeze libertatea în schimbul securității. „Când îți alegi omul sfânt", a scris Dostoievski, „îți abandonezi propria voință"; nu mai iei tu singur hotărâri pentru tine, în schimb nici nu mai ești responsabil pentru consecințele acelor hotărâri. Această nevoie de a ceda capacitatea de decizie – și, odată cu ea, și responsabilitatea – este motivul pentru care „credincioșii" autentici demonstrează atât de multe similitudini cu fanaticii religioși și cu despoții. De la zeloți la fasciști, există unii oameni care, pur și simplu, au nevoie de confortul psihologic al posturii în care ei nu controlează nimic – mai ales dacă asta înseamnă că o altă persoană deține controlul asupra a tot și toate. Chiar dacă persoana în cauză e un monstru.

Și, odată ce ai căzut în mrejele gurului, rareori mai ai vreo cale de scăpare, altfel decât cu picioarele înainte.

5

HAPUL CARE-ȘI STREPEZEȘTE DINȚII

Falsurile, panglicarii și realitatea subiectivă

„Relația doctor-pacient e esențială pentru efectul placebo."
IRVING KIRSCH

„Cu cât ești mai «medicat», cu-atât ești mai dedicat."
SNOOP DOGG

ULEIUL DE ȘARPE

Escrocheria „Uleiul de șarpe" le promite celor aflați într-o stare de anxietate un remediu medical miraculos, un leac pentru orice îi doare sau o protecție împotriva oricărei suferințe. Produsul este de obicei farmaceutic, dar schema poate să implice și tratamente, proceduri sau testări medicale. În cel mai bun caz, leacul miraculos funcționează în baza efectului placebo. În cel mai rău caz, el

poate să *provoace* ori să agraveze boala – boală care firește că ulterior va necesita și alte tratamente.

Escrocheria asta poate să sune ca o simplă variantă medicală a celebrei „minte-l și trage-i prețu'", dar, în realitate, între ele există o deosebire.

Uleiul de șarpe nu funcționează prin manipularea dovezilor concrete – genul de dovezi pe care poți să le vezi; cum e „pudrarea" cu aur a unei mine. De fapt, el funcționează cel mai bine în sfere ale experienței umane care refuză determinarea absolută a dovezilor concrete. Prin combinație și cu efectul placebo – în sine o dovadă puternică a legăturii indisolubile dintre realitățile imaginate și cele care apoi sunt experimentate, ca o consecință –, „Uleiul de șarpe" este unul dintre cele mai vechi și mai răspândite trucuri din lume.

CHINEZĂRII LA PACHET

Cu mult înainte ca uleiul de șarpe să devină sinonim cu tratamentele false vândute de negustori dubioși, care pretindeau că erau specialiști spirituali și/sau medicali de-un fel sau altul, „Uleiul de Șarpe Stanley's" a fost un produs real și o escrocherie foarte specifică. Și vreme de secole *înainte de asta*, pe țărmuri foarte îndepărtate, uleiul de șarpe a fost un leac autentic. Însă, odată ce s-a descoperit că uleiul de șarpe avea proprietăți curative reale, el a fost rapid apropriat de înfloritoarea industrie farmaceutică a secolului al XIX-lea – care oferea droguri, otrăvuri și tâmpenii de toate soiurile –, care l-a branduit, l-a împachetat și l-a înlocuit cu... mă rog, *ulei de șarpe*! Produs vândut unui număr de persoane mult mai mare decât numărul celor care folosiseră vreodată versiunea autentică. Întreagă acea epocă deborda de escroci, de doctori falși și de „leacuri"

comerciale, care puteau să-i omoare pe oameni – o situație care a inspirat fondarea FDA-ului. Ceea ce e ironic, dacă ne gândim în ce măsură complexul medical industrial modern continuă să ruleze același sistem de escrocherii.

La sfârșitul secolului al XIX-lea, deci cam în aceeași perioadă, un val uriaș de imigranți irlandezi a inundat țărmul estic al Americii; un alt val de imigranți, din China, s-a revărsat pe coasta de vest; iar cele două valuri s-au întâlnit literalmente la mijloc. Între 1849 și 1882, peste 180 000 de muncitori chinezi, ținuți ca în sclavie prin contracte, oameni proveniți în majoritate din fermele și din satele mai sărace din sudul Chinei, au venit în America să lucreze la Căile Ferate Transcontinental. Legați prin contracte, ei erau obligați să muncească acolo cel puțin cinci ani, fiind plătiți aproape cu nimic. De acasă nu putuseră să-și aducă mare lucru, iar odată ajunși în America nu aveau posibilitatea să-și cumpere aproape nimic. Dar printre lucrurile necesare cel mai frecvent aduse cu ei pe țărmurile americane se numărau și diverse leacuri tradiționale, inclusiv uleiul de șarpe, care ulterior a ajuns să fie atât de blamat.

Dacă vă uitați în *The Oxford English Dictionary* și căutați definiția uleiului de șarpe, o să găsiți că el înseamnă „un remediu sau panaceu fals", dar în secolul al XIX-lea uleiul de șarpe era un leac chinezesc tradițional, ba – conform datelor – chiar unul foarte eficient. Era un antiinflamator, folosit în principal pentru tratarea durerilor, a arsurilor solare și a artritei provocate de munca intensă. Uleiul chinezesc original de șarpe era făcut din grăsimea topită a șarpelui negru de apă, numit și „Mocasinul negru". Această grăsime era un agent lipofil transdermic cu o concentrație extraordinar de mare de acizi grași Omega-3, care ajută realmente la reducerea durerii și a inflamațiilor[1].

Așa că, în ciuda conotațiilor moderne peiorative ale formulei „vinzi ulei de șarpe", în mod ironic, uleiul de

șarpe original era exact ceea ce se spunea că era și dădea rezultate foarte bune.

De asemenea, el nu era niciodată realmente *vândut* – și cu siguranță nu de către negustori ambulanți. În schimb, era împărțit cu generozitate de muncitorii chinezi, care îi-l ofereau colegilor de muncă, imigranți de alte naționalități. Uleiul de șarpe era extrem de eficient și completamente străin: nimeni nu mai văzuse până atunci ulei de șarpe – în mare măsură pentru simplul motiv că în America de Nord nu există șerpi negri de apă. Dar peste tot pe unde ajungea calea ferată ajungeau și muncitorii care trudeau la construcția ei, astfel că vestea despre uleiul de șarpe s-a răspândit în toată țara[2]. Apoi însă, pe măsură ce calea ferată înainta, muncitorii plecau, luându-și uleiul de șarpe cu ei. Și-n felul acesta, curând, remarcabilul ulei de șarpe chinezesc, despre care oamenii jurau că putea să vindece o mulțime de boli, a ajuns să se găsească din ce în ce mai greu.

VINZI ULEI DE ȘARPE

Introducerea uleiului de șarpe în metropolele și în orașele americane a coincis cu moda „medicamentelor patentate", apărută tot la sfârșitul secolului al XIX-lea – produsele de atunci, care aveau sensul de „miraculoase", nu trebuie însă confundate cu medicamentele „patentate", deci „autorizate", din prezent. Produsele din secolul al XIX-lea se numeau „medicamente patentate" întrucât formule secrete, utilizate în Anglia pentru realizarea unor medicamente cu marcă de proprietar, erau folosite, de producători care furnizau medicamente și familiei regale, pentru producția unor variante „sub patent de favoare regală".

Aceste „medicamente patentate" erau tonice sau panacee, narcotice și otrăvuri și o cantitate zdravănă de nimic

amestecată cu alcool sau siropuri. În esențe, medicamentele patentate erau orice; unicul element real de calificare era acela că ele veneau cu un branding bine conceput și cu etichete foarte ușor recognoscibile. Ele le erau vândute oamenilor direct, pe ultima pagină a ziarelor sau prin intermediul afișelor stradale, cam la fel cum azi producătorii vând vitamine, suplimente alimentare, pastile de slăbit, energizante, calmante și o varietate de tonice cosmetice, cerebrale sau sexuale. Dar, spre deosebire de produsele de frumusețe, de sănătate și de wellness din prezent, în anii 1800 comercianții puteau să spună (sau să nu spună) absolut orice voiau despre produsele lor.

Ați putea crede că minciuna nerușinată era principală tehnică de vânzare; însă, în realitate, ceea ce făcea operațiunea să funcționeze erau brandingul agresiv și *vânzările în sine*. Felul în care erau vândute medicamentele patentate, practic oriunde întorceai ochii, le întărea constant și subtil credibilitatea. Aici e vorba despre o eroare cognitivă cunoscută sub numele de „efectul adevărului iluzoriu". Vom vorbi despre el mai târziu. Pe scurt însă, lucrurile stau în felul următor: cu cât mai des auzi sau vezi ceva, indiferent ce anume, *cu atât mai credibil devine acel ceva* – doar prin simpla expunere repetată la el. Chiar dacă inițial ți-ai cam dat seama sau măcar ai bănuit la început că acel ceva e o prostie. Dar, cu timpul, orice dobândește iluzia adevărului. Cu cât mai des auzi un lucru, cu atât mai mult îl crezi, cu cât mai des vezi un lucru, cu atât mai mult ai încredere în el[3].

Fenomenul acesta e real și e o adevărată nebunie!

În plus, faptul că oamenii sunt atât de influențați de prejudecata de autoritate îi face să aibă încredere în semeni despre care cred că, într-un fel sau altul, le sunt superiori – realmente, în orice domeniu. La fel ca în cazul majorității erorilor cognitive, și această prejudecată reprezintă doar

efectul secundar al unei metode euristice necesare. Noi, oamenii, am dezvoltat toate aceste scurtături mentale, fiindcă avem nevoie de ele ca să funcționăm la o viteză de circa șaizeci de biți pe secundă – ceea ce nici măcar nu înseamnă prea mult. Una dintre scurtături extinde prezumția de credibilitate și de bună intenție asupra oricărei persoane care e percepută ca fiind un expert într-un anume domeniu. O altă scurtătură determină supunerea mai rapidă în fața indivizilor pe care îi recunoaștem, la nivel fizic, ca aflându-se într-o poziție de autoritate. Dezavantajul acestor scurtături este prejudecata de autoritate, care îl face pe om să fie deosebit de înclinat spre a face sau a crede ceea ce i se spune, mai ales dacă persoana care rostește cuvintele poartă un halat alb. Sau o uniformă. Sau orice alt semnificant indicând autoritate ori experiență.

Inițial, consumatorii fanatici ai medicamentelor patentate, cum era și uleiul de șarpe, nu se încredeau în experți (indiferent cum se autoprezentau aceștia), deși fiecare produs venea cu recomandarea unui doctor, a unui vindecător, a unui șaman sau a unui expert, toți imaginari. De-a lungul timpului, cumpărătorii asociau expertul cu brandul, apoi brandul cu expertul și finalmente brandul cu cunoașterea expertului. Deși în ecuație nu era vorba decât despre o expunere media constantă și despre repetiție, oamenii învățau să aibă încredere în indivizi precum autoproclamatul doctor William Bailey, inventatorul și distribuitorul unui medicament patentat radioactiv numit Radithor: Certified Radioactive Water*. Tonicul lui Bailey era realizat din apă distilată, toriu și radiu[4].

Și era absolut letal pentru oameni!

---

* Radithor: Apă Radioactivă Certificată (n. tr.).

Detaliu care ați crede că i-a îndepărtat pe oameni de Radithor, însă, din câte se pare, niciunul dintre clienți nu a făcut legătura între „doctorul Bailey" și cancerul de mandibulă cu care se procopseau imediat. Iar Radithorul n-a fost nici pe departe o excepție – medicamentele patentate erau adesea de-a dreptul bizare. Cine bea borax, plumb și arsenic pentru mătreață? Sau cine ia Pastilele Roz pentru Oameni Palizi ale doctorului Williams (nimeni nu știe ce conțineau), contra anemiei? Presupun că acei cetățeni de care nimeni nu se îngrijește: nici propriul lor guvern, nici propriul lor bun-simț.

Ideea este însă că acești consumatori nu-și băteau capul cu știința; ei, pur și simplu, cumpărau niște produse noi (dar foarte recognoscibile), cărora li se făcea atât de multă reclamă și care erau atât de prezente pe piață, încât însăși existența lor dobândise iluzia adevărului. Și apoi o prejudecată psihologică o determina pe următoarea; odată ce respectivele produse erau acceptate ca legitime, susținerea oricărei figuri cu autoritate manufacturată pe care leacurile o invocau îi determina pe oameni să creadă că produsele chiar dădeau rezultate.

REGELE „ȘARPE CU CLOPOȚEI"

Un astfel de escroc care vindea gogoși și autoproclamat expert a fost Clark Stanley. Stanley era un showman care susținea spectacole din genul Wild West și care își spunea Regele „Șarpe cu clopoței" – un nume de trei parale, dar, în același timp, cu sonoritate. Totuși, privind partea plină a paharului, bine măcar că individul nu se autointitulase *Doctor* Clark Stanley. Pe lângă show-urile Wild West, Stanley pretindea că era și un cowboy autentic. Deși nu făcea muncă de fermă, e adevărat că mânca mult rahat,

metaforic vorbind. Iar Stanley a fost primul vânzător de „ulei de șarpe".

La Expoziția Universală din Chicago, din 1893, a montat un spectacol atât de extravagant (chiar și pentru epoca aceea, în care circul medical era prevalent) încât a ieșit cu totul în evidență. Numărul presupunea scoaterea dintr-un sac a unui șarpe cu clopoței, pretins a fi viu. Totul în fața unui public îngrozit, dar și incitat. Apoi Stanley pretindea că despica șarpele și-l azvârlea într-o oală cu apă care fierbea[5]. Eu bănuiesc că șarpele cu clopoței viu al Regelui „Șarpe cu clopoței" era deja mort* și că escrocul nu făcea altceva decât să agite cadavrul cu violență, astfel încât să dea impresia că șarpele se zbătea și-și suna clopoțeii... mă rog, care nu există de fapt.

În orice caz, oamenii se așteptau să vadă un șarpe viu și chiar vedeau unul – sau, cel puțin, așa își aminteau ulterior.

Prin urmare, odată ce ajungea în oala cu apă în clocot șarpele era deja mort. Stanley îl lăsa acolo să fiarbă și-și continua excentricul show menit să-i atragă cumpărători. Show care e posibil să fi implicat (sau nu) și-un cântec și-un dans. Mai târziu, Stanley a pretins, într-o broșură publicată în 1897 – o broșură publicată de el însuși, despre el însuși, despre produsul lui și despre aventurile lui din Vestul Sălbatic –, că învățase formula străveche și secretă a uleiului de șarpe de la niște vraci din tribul amerindian Hopi[6]. Ceea ce e logic, fiindcă vracii Hopi se apucau să-i dezvăluie astfel de secrete oricărui alb pe care-l întâlneau pe drum! Totuși, „când grăsimea de șarpe se ridica la suprafață, el o aduna cu o lingură și o folosea pe loc, ca să

* În momentul ăsta sunt în New Mexico și știu clar că e imposibil ca un om să scoată dintr-un sac un șarpe cu clopoței viu și după aceea să-l mai și manevreze cumva. Singura manevră posibilă este ca șarpele să-l muște pe „curajos" și „curajosul" să moară (n.a.).

creeze Uleiul de Șarpe Stanley, o alifie care era imediat cumpărată de oamenii care făcuseră deja coadă pentru ea"[7]. Și iată cum, foarte simplu, pe lume a apărut expresia „vinzi ulei de șarpe"!

Uleiul se vindea pe rupte, ca atare expresia a prins de minune.

A prins atât de bine, încât mai e folosită și în prezent – și azi se mai spune că „vinzi ulei de șarpe", în sensul colocvial că „mănânci rahat". Fiindcă exact asta a făcut și Stanley: a mâncat rahat, n-a produs ulei de șarpe chinezesc. Nu doar că folosea un tip de șarpe nepotrivit (grăsimea șarpelui cu clopoței nu conține aceleași substanțe chimice precum șarpele negru de apă, care are o cantitate de cel puțin trei ori mai mare de acizi Omega-3), dar Stanley îl și prepara incorect. Chiar dacă ar fi folosit șarpe negru de apă, componentele benefice nu puteau să fie extrase prin fierberea cadavrului în apă. Însă cel mai grav era spectacolul extravagant, pentru că el nu avea absolut nicio legătură cu produsul vândut în mii de sticluțe de Stanley. Șarpele cu clopoței fiert era doar fațada – și, evident, în spatele lui *nu mai exista nimic* autentic, ci doar o escrocherie.

Pentru că, în realitate, când Stanley le vindea oamenilor „ulei de șarpe", aceștia nu primeau altceva decât un amestec de ulei mineral cu terebentină și o etichetă frumoasă. Dar faptul că uleiul din sticluțe n-avea nicio legătură cu ce scria pe etichetă nu conta, așa cum nu conta nici faptul că aproape întotdeauna ce scria pe etichetă era o minciună de-a dreptul nebunească. În esență, „medicamentele patentate", precum „Uleiul de Șarpe al lui Stanley", au fost unele din primele experimente cu-adevărat eficiente din domeniul marketingului farmaceutic – o practică pe scară largă, care a fost blamată pentru cel puțin două epidemii americane de opiacee, precum și pentru numeroase alte boli care au afectat populația în masă, pentru

numeroase mutilări și decese și a fost responsabilă pentru succesul nebun al „Uleiului de Șarpe al lui Stanley" și pentru succesul aproape tuturor celorlalte produse farmaceutice ineficiente sau periculoase care au apărut pe piață de atunci încoace.

Și dacă tot vorbim despre produse ineficiente sau periculoase, oare „Uleiul de Șarpe al lui Stanley" funcționa? E puțin probabil. Iar la câtă terebentină era în el, slavă Domnului că nimeni nu-l ingera. Dar răspunsul la întrebarea dacă un medicament „funcționează" sau nu e surprinzător de dificil de dat. Fiindcă, în cele mai multe cazuri (și cu siguranță în anii 1800), singurul test al eficienței unui medicament era starea pacientului – dacă omul se simțea sau nu mai bine.

Iar oamenii *chiar* se simțeau mai bine. Și, cu cât se simțeau mai bine, cu atât mai mult credeau în produs – și, cu cât credeau mai mult în produs, cu atât se simțeau mai bine.

Ceea ce se numește efectul placebo.

CIUDATA ȘTIINȚĂ A EFECTULUI PLACEBO

Ciudata știință a efectului placebo este o lecție tangibilă despre modul în care încrederea poate să fie folosită în sens invers – producând dovezi reale care să sprijine o convingere anterioară și, mai specific, este o lecție despre cum omul poate să creadă cu atâta intensitate în ceva, încât ajunge să-și convingă nu doar mintea, *ci și trupul* că acel ceva e adevărat.

Efectul placebo apare când se îndeplinește o așteptare preexistentă și conștientă, ceea ce duce la eliberarea anticipativă, de către corpul omului, a unor substanțe biochimice specifice, care se transferă în circuitul sangvin,

fără a fi necesar aportul vreunui medicament. În acest sens au fost făcute studii numeroase şi remarcabile, cel mai cunoscut şi important fiind acela în care s-au folosit diazepam şi pastile din celuloză, care au fost administrate odată cu manipularea aşteptărilor pacientului[8]. În esenţă, jumătate dintre pacienţi au primit diazepam şi altă jumătate a primit nişte pilule inofensive, care ar fi putut să fie şi drajeuri Tic Tac. Însă toţi au fost făcuţi să creadă că primiseră diazepam. Iar schema a funcţionat la fel de bine ca aceea cu uleiul de şarpe.

Adică a funcţionat atât timp cât pacienţii au rămas convinşi că primiseră medicamentul autentic.

În mod şi mai interesant, cercetătorii de la National Institute of Health au descoperit, în cursul unui experiment în dublu-orb, că diazepamul „nu are niciun efect discernabil asupra anxietăţii, dacă persoana nu ştie că îl ia"[9]. Se pare aşadar că diazepamul funcţionează doar în baza efectului placebo. Dar diazepamul este o benzodiazepină, un tranchilizant, care în general le este administrat persoanelor isterice*, care – să fim cinstiţi – sunt *foarte uşor sugestionabile*. În afară de lucruri precum dilatarea pupilelor sau tensiunea arterială, practic nu există nicio metodă de a afla dacă „acum te simţi mai puţin isterică?". În plus, e un fapt demonstrat că tensiunea arterială poate să crească şi pentru simplul motiv că un doctor ţi-o măsoară. Toate aceste elemente sugerează că diazepamul s-ar putea să nu fi fost cea mai bună opţiune pentru un studiu ştiinţific. Prin urmare, în 1978 a fost realizat un alt studiu, pentru care s-a apelat la răniri, durere şi stupefiante[10].

În acest studiu, unor persoane care se recuperau după operaţii dentare – şi sufereau de dureri fizice foarte mari –

---

* Şi eu mă număr printre ele (n.a.).

li s-a spus că aveau să primească fie morfină, fie o soluție salină, fie un medicament care era posibil să le augmenteze durerile. Unii subiecți au primit una dintre variante, alții, două, iar alții, toate cele trei, întrucât testul a fost realizat în mai multe etape.

În prima etapă, jumătate dintre pacienți au primit morfină, iar cealaltă jumătate a primit doar soluție salină. Subiecții cărora li s-a administrat morfină au răspuns așa cum era de așteptat, ceea ce a stabilit nivelul de bază al măsurătorilor pentru restul rezultatelor. Apoi acești pacienți au fost eliminați din etapa a doua. După ce subiecții cărora li se administrase morfină au fost scoși din program, subiecții rămași (*toți* primiseră *inițial* doar soluție salină, dar fuseseră determinați să creadă că li se administrase morfină) au fost împărțiți în două grupuri: cei care căzuseră „victime" efectului placebo (fiind convinși să creadă că „se drogaseră") și simțiseră semnificativ mai puțină durere primind *doar soluție salină* și cei care reacționaseră diferit.

Apoi din studiu au fost eliminați plângăcioșii, cei care încă mai simțeau durere, după ce primiseră doar soluție salină. Cercetătorii au rămas așadar doar cu pacienții care reacționaseră la efectul placebo și simțiseră o diminuare a durerilor reale sub efectul morfinei false (soluția salină).

În a doua etapă, cercetătorii au administrat unei jumătăți dintre respectivii subiecți o doză de naloxonă, iar celeilalte jumătăți i-au dat o doză de soluție salină. Naloxona este un medicament conceput să contracareze supradozele de heroină și de morfină prin legarea de receptorii de opioide, astfel încât aceștia nu mai sunt disponibili pentru alte molecule (heroină, morfină sau propriile noastre endorfine). Dacă te-ai supradozat, naloxona leagă receptorii, deci drogul nu mai poate să acționeze și – la modul ideal – tu nu mai mori. Dacă nu te-ai supradozat, dar ai primit stupefiante pentru eliminarea durerilor,

naloxona tot leagă receptorii, deci drogul nu poate să acționeze, ca atare rămâi cu aceleași dureri pe care le aveai și înainte de a fi fost drogat.

Cercetătorii nu-i torturau pe pacienții care se recuperau după operații stomatologice așa, de amuzament – ei încercau să determine cum era posibil ca pacienții care experimentau durere postchirurgicală și care doar credeau că primiseră morfină puteau să se simtă la fel de bine ca pacienții care într-adevăr primiseră morfină. Bănuiau că situația aceasta se datora, cel puțin parțial, endorfinelor create de propriul organism al pacienților, ca răspuns la credința lor sinceră că, datorită medicamentului administrat, aveau să scape de durere. Deci cercetătorii bănuiau c-aveau de-a face cu efectul placebo. Cel puțin în acest caz. Și s-a demonstrat că aveau dreptate: naloxona a anulat efectul placebo și i-a făcut pe pacienți să sufere din nou.

Și experimentul a continuat. Tehnologia emergentă a neuroimagisticii le permite oamenilor de știință să urmărească precis cum reacționează un pacient la un anumit medicament (sau la placebo), imediat după ce acesta e administrat. În cadrul unui studiu, o singură injecție cu soluție salină – despre care pacientul fusese determinat să creadă că era un medicament nou și puternic contra bolii Parkinson – nu doar că a redus temporar simptomele bolii Parkinson, dar a și indus o reacție numită „eliberare anticipatorie", care a determinat corpul pacientului să producă mai multe molecule de dopamină decât cele care fuseseră distruse de boala Parkinson[11]. Cu alte cuvinte, doar credința că au primit un medicament nu doar că a eliminat simptome precum durerea sau tremurăturile, dar a determinat corpul pacienților să producă o substanță chimică pe care boala îl împiedicase, în mare măsură, să-l mai producă – și toate acestea au fost vizibile prin intermediul neuroimagisticii.

Aşadar oamenii de ştiinţă au putut să observe şi să înregistreze ceea ce şarlatanii şi vindecătorii au ştiut dintotdeauna: că uneori doar faptul de a crede într-un tratament poate să fie la fel de eficient ca tratamentul în sine.

O ISTORIE A NIMIC

Dacă efectul placebo e atât de minunat, de ce a dobândit o reputaţie atât de proastă?

Pentru că a devenit relativ sinonim cu şarlatania şi evocă orice, de la fraudă la prostie. Deloc surprinzător, şi în ecuaţia asta a fost implicat un guru: un medic german pe nume Franz Anton Mesmer. Mesmer, un doctor din secolul al XVIII-lea, devenise celebru în Europa datorită unei noi metode de tratament, numită mesmerism. El considera că descoperise teoria a ceea ce numea „magnetism animal", un soi de energie vindecătoare (pe care o botezase „fluid magnetic") care curgea prin şi între toate fiinţele vii. Mesmer credea că blocajele acestui fluid magnetic erau responsabile de apariţia bolilor. *Sună* bizar, dar, în esenţă, medicul german tocmai *descoperise* chi-ul.

Însă, spre deosebire de majoritatea acupunctorilor, el repara această energie prin intermediul unor atingeri nepotrivite.

Curând, Mesmer devenise atât de faimos şi atât de căutat, încât a ajuns să aibă peste două sute de pacienţi pe care să-i pipăie zilnic – o situaţie care, în mod evident, era de-a dreptul incomodă! În consecinţă, el a descoperit o cale prin care să-şi transfere presupusul magnetism animal în obiecte inanimate – de exemplu, într-o cadă bizară, concepută chiar de el şi denumită „bachet" sau „cuvă". Mesmer personal magnetiza ciudata lui invenţie: o cadă din lemn, de mari dimensiuni, plină cu pilitură metalică şi

cu sticle cu apă și prevăzută cu niște tije metalice, orientate înspre exterior, de care pacientul trebuia să se atingă în mod repetat. Întreaga procedură se realiza într-o încăpere slab luminată, parfumată cu tămâie, în care se auzea o muzică sinistră. Pacienții, în majoritate femei, erau cuprinse adesea de convulsii, începeau să plângă sau izbucneau în hohote de râs isterice. Acestea erau indiciile care arătau că tratamentul funcționa.

Însă lucrurile au luat-o la vale rapid, pentru destrăbălatul Mesmer, când soțul uneia dintre cele mai cunoscute paciente, Maria Antoaneta, a hotărât că nu era prea convins că medicul făcea și altceva în afară de a-și petrece timpul cu femei îmbrăcate doar în lenjerie intimă – și acel soț a mai decis că se săturase de gurul nevestei. Întrucât soțul în cauză se întâmpla că era regele Franței, el a avut posibilitatea să roage Academia Franceză de Științe (în mod specific, pe Benjamin Franklin) să verifice situația. Așa că Academia Franceză de Științe și-a construit propria versiune a căzii lui Mesmer, ca să vadă dacă într-adevăr ea funcționa. Aproape nimeni n-a fost surprins când s-a anunțat că, nu, invenția lui Mesmer nu funcționa.

Cercetătorii francezi n-au putut să testeze, în mod rezonabil, eficiența mesmerismului direct pe oameni, întrucât niciunul dintre ei nu poseda așa-numita abilitate sau tehnică mesmerică. Așa că au apelat la cel mai bun surogat: au convins mai mulți subiecți că *fuseseră mesmerizați* și le-au testat reacția. Au convins un subiect că un copac fusese mesmerizat cu ajutorul tehnicilor lui Mesmer și l-au pus pe omul respectiv să îmbrățișeze copacul, astfel încât să observe efectele acțiunii. Întrucât subiectul era convins că arborele fusese magnetizat, se aștepta ca, atingându-l, să fie mesmerizat – și a fost. Când omul, un băiat de fapt, a început să tremure dramatic, să aibă convulsii și să vorbească aiurea, a fost clar că pacienții lui

Mesmer se comportau așa cum se comportau deoarece *se așteptau* să fie mesmerizați, nu pentru că ar fi fost realmente.

Experimentul acesta nu a fost unul perfect, dar a fost suficient de elocvent încât să-l facă pe Mesmer să pară un șarlatan și să stabilească, în conștiința colectivă, o legătură indelebilă între minciuni și efectul placebo. Această asociere a fost un efect secundar nefericit al acțiunii de expunere a escrocheriei lui Mesmer, întrucât mecanismul prin care apărea comportamentul isteric nu avea legătură cu minciuna, ci cu *pregătirea* psihologică.

Dar aveau să treacă încă o sută cincizeci de ani până când cineva și-a dat seama de asta.

TE SIMȚI MAI BINE?

Efectul placebo, ca multe alte adevăruri profunde, e strâns legat de o minciună. Nu de minciuna implicită, care e spusă de fiecare dată când tratamentul placebo e administrat, ci de o minciună specifică, spusă unui soldat aflat pe moarte, pe o plajă din Italia, în timpul celui de-al Doilea Război Mondial. În cursul unui bombardament german intens, locotenent-colonelul Henry Beecher a fost însărcinat să trieze peste două sute de soldați răniți. Când morfina s-a terminat, Beecher n-a mai avut ce să le dea soldaților cu leziuni severe. Asistenta care îl ajuta, într-un gest disperat de compasiune, l-a mințit pe un tânăr mutilat, asigurându-l că imediat avea să-i administreze niște morfină și că, foarte curând, avea să se simtă mai bine. Apoi i-a injectat băiatului o seringă plină cu soluție salină. Spre uluirea lui Beecher, injecția cu soluție salină și minciuna asistentei nu doar că au eliminat durerile soldatului, dar au prevenit și instalarea stării de șoc[12].

Locotenent-colonelul a încercat, cât a mai durat războiul, să găsească o corelație între severitatea rănilor soldatului și severitatea durerii resimțite. Ceea ce sună nu atât a experiment, cât a sadism: se presupune că, dacă ți-ai fracturat glezna, simți o durere ca de gleznă fracturată, iar dacă un picior ți-a fost smuls cu totul, atunci... simți o durere și mai mare. În realitate însă, ceea ce a descoperit Beecher a fost exact opusul, iar explicația identificată de el a fost aceea că totul ține de *așteptare*. Beecher a observat că, stând cu soldații răniți, cu cât vorbea mai mult cu ei, cu atât mai puțină morfină era necesară pentru alinarea durerilor. Încă și mai remarcabil, a constatat că, dintre soldații care încă mai puteau să vorbească și care aveau șanse de supraviețuire, cei care erau *cel mai grav* răniți resimțeau durerea *cel mai puțin*. Faptul că trecuseră pe lângă moarte le dădea o stare psihică nerezonabil de optimistă, astfel că tinerii credeau că se simțeau mult mai bine decât ar fi crezut în alte condiții[13].

Nimeni nu-și mai amintește de asistenta din poveste, dar, după război, Beecher a revenit la postul său de la Universitatea Harvard și în 1955 a publicat o lucrare intitulată „Puternicul efect placebo". În ea a scris că „tratamentul placebo are un grad înalt de eficiență terapeutică în abordarea răspunsurilor subiective"[14]. Ceea ce Beecher voia să spună era că efectul placebo sau raportul doctor-pacient sau așteptările pacientului – sau orice altă formulare am vrea să folosim – joacă un rol absolut esențial în orice tip de intervenție medicală. El era convins că „așteptările noastre pot să aibă un impact profund asupra felului în care ne vindecăm"[15].

Ceea ce Beecher a numit „așteptare" noi numim „pregătire" psihologică.

Încă și mai ciudat este că, din câte se pare, putem să fim pregătiți să experimentăm efectul placebo doar prin

intermediul unor indicatori vizuali, precum culoarea sau forma sau dimensiunea unei pastile. Scriind, în 2011, despre studiile cu privire la acest fenomen, Michael Specter a subliniat următoarele: „(...) cu cât pastila e mai mare, cu atât efectul placebo e mai intens. Două pastile sunt mai bune decât una singură, iar medicamentele de marcă sunt mai bune decât cele generice. În general, capsulele sunt mai eficiente decât comprimatele, iar injecțiile produc un efect mai pronunțat și decât capsulele, și decât comprimatele. Există chiar dovezi care arată că până și culoarea medicamentelor influențează felul în care omul răspunde la ele."[16] Din câte se pare, pastilele placebo colorate sunt cele mai utile pentru eliminarea durerilor, în vreme ce pastilele placebo albe sunt cei mai eficienți antiacizi imaginari. Pastilele albastre îi fac pe oameni să adoarmă mai rapid decât pastilele roșii, în vreme ce pastilele roșii sunt cele mai bune stimulatoare nervoase. În schimb, pastilele galbene sunt cele mai eficiente antidepresive, iar cele verzi sunt cele mai grozave anxiolitice[17]. Noi, oamenii, avem răspunsuri condiționate la aceste culori, așa cum avem și la ideea că mai mare sau mai mult înseamnă obligatoriu un efect mai rapid sau mai puternic.

Asemenea câinelui lui Pavlov, creierul nostru poate fi învățat, prin tot soiul de tehnici de condiționare, să dea tot soiul de răspunsuri diferite. De exemplu, oamenii care folosesc în mod curent aspirina răspund la forma, culoarea și gustul marcat dezagreabil al aspirinei cu o așteptare legată de eliminarea durerii; odată ce cred că au înghițit o aspirină, creierul lor preia comanda și produce endorfine, prin intermediul eliberării anticipative.

Robert Trivers, profesor de antropologie și de științe biologice la Rutgers University, e deosebit de fascinat de inducerea în eroare și, după ce a studiat subiectul vreme de decenii, a scris unele dintre cele mai incitante și mai

inedite lucrări pe această temă. Acest om, principalul teoretician al domeniului evolutiv, consideră că această condiționare neintenționată la care ne supunem creierul explică de ce efectul placebo funcționează atât de bine în cazul durerilor, anxietății, insomniei și chiar în cazul unor boli precum Parkinson – dar nu funcționează absolut deloc în cazul bolii Alzheimer: întrucât ceea ce creierul se așteaptă să se întâmple în viitorul apropiat îi afectează starea fiziologică. Faptul că pacienții suferinzi de Alzheimer par să fie imuni la efectul placebo Trivers îl atribuie unei caracteristici speciale a bolii: aceasta diminuează capacitatea pacientului de a-și mai aminti trecutul și de a anticipa viitorul. Or, în lipsa acestor capacități de bază, *pregătirea psihologică nu funcționează*[18].

Jim Morrison a spus odată: „Drogurile sunt un pariu pe care-l pui cu mintea ta."[19] Dar tot un astfel de pariu este și orice altceva, iar drogurile nu sunt neapărat necesare. Efectul halatului alb este un fenomen cunoscut: un pacient, cu sau fără probleme de sănătate (asta nu contează deloc), va avea *întotdeauna* tensiunea arterială mai mare, în momentul în care doctorul i-o măsoară. Firește, e de preferat ca medicul să fie îmbrăcat în halat alb. Chestia asta pare a fi o prostie, dar fenomenul este observat pe o scară atât de largă, încât de-acum e considerat tipic. Efectul halatului alb demonstrează că efectul placebo este complet eficient chiar și în absența administrării unui tratament placebo – pentru că mintea omului este cea care creează realitatea, realitate care, la rândul ei, controlează trupul omului. Nu viceversa.

Și, odată ce efectul placebo a fost demarat, el e exagerat de prejudecata de confirmare: omul crede deja într-o idee, prin urmare vede sau experimentează mai ușor ori e mult mai dispus să accepte dovezile care îi arată că ideea deja îmbrățișată *e* adevărată. În esență, situația asta creează o iluzie care se autoperpetuează.

COPIII VICTORIENI TRĂGEAU PE NAS PREA MULTĂ COCAINĂ

Însă nici efectul placebo, nici încrederea miilor de clienți devotați nu au putut să-l salveze pe Regele „Șarpe cu clopoței". În 1917, agenții federali au pus punct escrocheriei lui Clark Stanley.

La începutul următorului secol, medicamentele patentate ajunseseră o afacere pe scară mare. De asemenea, deveniseră și o mare problemă pentru sănătatea publică, și asta nu doar pentru că jumătate dintre ele erau niște tâmpenii, precum „Rădăcina de mlaștină" a doctorului Kilmer (care avea pretenția, imposibil de infirmat, că vindeca „febra biliară internă"), ci, mai ales, pentru că restul *nu* erau niște tâmpenii, ci, de fapt, erau niște decocturi extrem de puternice și de periculoase – sau, mai grav, niște *otrăvuri* – vândute pe post de produse de sănătate.

Tratamentele de frumusețe conțineau mercur și plumb, ca să albească pielea – ceea ce sigur ar fi reușit să facă, însă eu, una, nu văd la ce-ar mai fi contat, dacă între timp îți pierdeai părul și dinții. Nenumărate tonice nervoase, siropuri de tuse și chiar preparate pentru „copiii mofturoși" conțineau cantități mari de opium, morfină și heroină. „Tonicul de Sănătate al Lydiei Pinkham" era o mixtură de heroină și plumb, menită să ajute în cazul crampelor menstruale – ceea ce măcar sună amuzant. Asta în vreme ce „Tabletele lui Piso" – *de asemenea* recomandate pentru „suferințe femeiești" – erau un amestec „studențesc" de canabis și cloroform (presupun că trebuiau să fie înghițite cu o doză zdravănă de „mai-taci-dracului-din-gură!"). „Elixirul lui McMunn" era alcătuit aproape în totalitate din opiu și alcool și era promovat ca un preparat realizat „exclusiv din vegetale", ceea ce, tehnic vorbind, presupun că era adevărat. „Coca-Cola" și „Dr Pepper" erau așa-numite

tonice cerebrale; „Coca Wine" era băutura bărbatului inteligent, iar „Cocarettes" erau singurul lucru pe care puteai să-l fumezi dacă voiai „să-ți stimulezi creierul"*. Presupun că, într-adevăr, atât de multă cocaină *chiar te făcea* să te simți mai deștept! Dar mulți oameni au suferit și atacuri de cord. Un medicament patentat foarte popular folosea stricnina ca afrodiziac. Iar un altul utiliza mercurul ca să elimine pistruii.

Ceea ce presupun că *e* o soluție... Dar nu una foarte bună.

În mare măsură, problema cu medicamentele patentate era că nimeni nu știa realmente ce ingera. Piața era pur și simplu inundată cu produse, cu sloganuri, cu logouri, cu doctori, cu experți, cu femei frumoase, cu copii drăgălași, cu pretenții de eficiență și cu mărturii care-i asaltau pe trecători la orice colț de stradă. Conform psihologului Daniel Gilbert, de la Harvard University, un cercetător care a studiat vreme de peste două decenii neuroștiința din spatele inducerii în eroare și a escrocheriei, mințile umane, „când sunt confruntate cu o lipsă de timp, de energie sau cu o dovadă incontestabilă, pot să nu fie capabile să dez-accepte ideile pe care, în mod involuntar, le-au acceptat pe parcursul comprehensiunii"[20]. Cu alte cuvinte, reclama la foc automat a creat o stare de epuizare cognitivă atât de pronunțată, încât oamenii nu mai puteau să țină pasul cu toate pretențiile de eficiență cu care erau asaltați; și, mai devreme decât ați crede, au încetat chiar să

---

* Producătorii „Dr Pepper" susțin că ei nu au introdus *niciodată* cocaină în tonicul lor cerebral, nici măcar pe vremea când cocaina era legală și reprezenta un standard în industria de profil, și trebuie să-i credem pe cuvânt, întrucât, încă de la început, formula de producție a fost un secret păzit cu străşnicie – asta cu mult înainte de 1906, când legea „Pure Food and Drug" i-a obligat pe producători să facă publice ingredientele adictive sau periculoase (n.a.).

mai încerce să facă asta și, pur și simplu, au acceptat că orice era scris pe etichetă reprezenta și adevărul.

Situația asta a dus la două decenii în care americanii s-au automedicat, plini de încredere, cu tot ceea ce exista pe piață, de la cele mai puternice droguri până la substanțe toxice (sau chiar radioactive) și chiar până la otrăvuri. Ca atare, în 1906, Congresul a dat legea „Pure Food and Drug", care, finalmente, a dus la fondarea instituției numită Food and Drug Administration (FDA). De-a lungul timpului, aria de acțiune a FDA a căpătat amplitudine, iar legea de la care se pornise a fost întărită și revizuită. Însă scopul principal al legii „Pure Food and Drug" originale, deci a versiunii din 1906, a fost etichetarea corectă a produselor.

În legea inițială „Pure Food and Drug" au fost introduse (dintr-un motiv necunoscut) *doar* zece substanțe considerate adictive sau periculoase: alcoolul, morfina, heroina, opiul, cocaina, eucaina, cloroformul, cânepa indiană sau canabisul, cloralhidratul și acetanilida. Legea din 1906 impunea ca produsele conținând oricare dintre aceste ingrediente să fie etichetate în așa fel încât substanțele adictive sau periculoase să fie clar listate – *dacă erau realmente prezente în produs**. Legea „Fără droguri, fără șmecherii" din 1906 mai interzice, în mod strict, imprimarea pe etichetă a ingredientelor care *nu* făceau parte din compoziția produsului – ca uleiul de șarpe autentic din „Uleiul de Șarpe al lui Stanley". Judecând după standardul legilor guvernamentale, aceasta nu era nici pe departe una

* FDA nu impunea listarea tuturor ingredientelor în cazul produselor comercializate fără rețetă. Această obligație a fost introdusă abia în 1938. Legea din 1906 nu prevedea decât obligativitatea listării acelor zece substanțe – alese cam la întâmplare. Pentru că eu, una, nu pot să pricep cum, de exemplu, radiul nu a fost inclus pe lista pomenită mai devreme. Sau arsenicul sau stricnina (n.a.).

draconică, totuşi a fost suficientă pentru ca Stanley să dea faliment. În 1917, inspectorii federali au confiscat un transport de „Ulei de Şarpe al lui Stanley" şi, după ce au testat produsul, au constatat că acesta conţinea ulei mineral, 1% capsaicină şi terebentină – dar nici urmă de ulei de şarpe.

Regele „Şarpe cu clopoţei" nu a contestat analizele, a plătit o amendă şi şi-a închis afacerea.

De acum însă începuse deja vânătoarea oficială de medicamente patentate. Multe alte companii producătoare de medicamente patentate au fost închise de nou-înfiinţata FDA. Multe altele s-au conformat cerinţelor legii „Pure Food and Drug" şi au listat pe etichete ingredientele reale, dar au descoperit că, din păcate, clienţii nu voiau să bea un produs pe a cărui etichetă scria clar că avea în compoziţie terebentină sau otravă de şobolani.

În acest sens, FDA, în sine, şi legea „Pure Food and Drug" au fost destul de eficiente. Dar nu au putut să împiedice pe nimeni să cumpere sau să vândă prostii potenţial periculoase (sau doar inutile). E posibil ca FDA să fie capabil să controleze modul în care sunt sau nu reprezentate substanţele eliberabile fără reţetă medicală, dar nu poate să controleze reprezentarea a ceea ce fac substanţele respective sau a gradului lor de eficienţă. De fapt, FDA nu poate nici măcar să conteste promisiunile false sau amăgitoare; singurul lucru pe care poate să-l facă e să nu aprobe substanţele.

Aşa se dovedeşte că aproape orice multivitamină, orice tratament de frumuseţe, orice extract de „superaliment" sau orice supliment alimentar pe care l-aţi ingerat, pe care vi l-aţi aplicat pe piele sau pe care l-aţi inhalat nu a fost, tehnic vorbind, „aprobat de FDA". Căci FDA nu a fost niciodată autorizat să împiedice pe cineva să vândă nenumăratele variante posibile de „ulei de şarpe", ci doar să-i

oprească pe comercianți de la a minți deliberat cu privire la conținutul unor produse de acest tip.

E ÎN REGULĂ, FIINDCĂ E ALB

Dintre toate iluziile care se autoperpetuează, preferata mea este iluzia *noutății*.

În 1895, aproximativ unu din doi americani era dependent de „prafuri" conținând fie morfină, fie opiu[21]. Dar asta nu prezenta o problemă pentru „saloanele de cocaină" sau pentru cartelurile de droguri; de fapt, în acea perioadă, consumul de droguri era legal. Puteai să cumperi cocaină și o seringă chiar din catalogul Sears-Roebuck*. În Statele Unite, consumul per capita de droguri precum morfina, heroina și cocaina s-a triplat între 1870 și 1880, în mare măsură ca răspuns la supradisponibilitatea acestor substanțe, la reglementările dubioase și la *publicitate* – în 1889, doctorul James Adams, din Boston, estima că în jur de 150 000 de americani erau „dependenți medicali"[22]. O nebunie! Iar nebunia şi mai mare era că dependența de droguri scăpată de sub control a americanilor era alimentată de doctori şi de farmaciști!

Opiaceele și stupefiantele erau prezente în multe „medicamente patentate" comercializate fără rețetă de la doctor, iar disponibilitatea acestor droguri pe o piață complet nereglementată și sufocată de publicitate era, parțial, de blamat pentru situația descrisă mai sus. Dar această epidemie opioidă nu era cauzată în exclusivitate de idioții care promovau heroina ca leac contra căderii părului sau picăturile de morfină ca metodă de adormit bebelușii.

---

* Dacă ar mai fi vândut așa ceva, probabil că n-ar fi dat faliment (n.a.).

Vina cea mai mare le aparținea doctorilor autentici. Care prescriau în exces cantități *chiar foarte mari* de stupefiante, ca morfina și heroina. Le indicau pacienților să-și administreze aceste substanțe pentru absolut orice problemă, mai puțin pentru „n-am găsit loc de parcare".

Erick Trickey a scris că, în 1888, opiaceele reprezentau 15% dintre substanțele prescrise și eliberate pe rețetă în întregul oraș Boston – și ele erau eliberate, așa cum spuneam, pentru *absolut orice problemă*. În mod deosebit, ele le erau recomandate femeilor, pentru toate formele posibile de disconfort – atât pentru formele de disconfort proprii, cât și pentru cele pe care li le provocau altora. „Tulburările nervoase", epuizarea, crampele menstruale... până și grețurile matinale, toate erau tratate cu stupefiante puternice. Situația aceasta a ajuns la un asemenea nivel de gravitate încât, înainte de 1900, dependentul mediu de opiacee din America era o femeie albă din clasa de mijloc sau din clasa superioară[23]. Și în această statistică nu au fost incluși și copiii; ei erau și mai supramedicați, dar nu erau luați în considerare, întrucât practic toate medicamentele – eliberabile sau nu pe rețetă – pentru bebeluși și copii conțineau morfină și cocaină.

Motivul pentru care întreaga țară era atât de drogată era acela că drogurile nu doar că erau promovate *de doctori*, ci le erau și *impuse doctorilor*.

La începutul noului secol, companiile farmaceutice nu vindeau direct către public; exista o distincție în produsele farma și cele patentate, distincție de care companiile erau foarte mândre. Însă ce pierdeau prin lipsa marketingului direct-către-consumator recuperau prin ferocitatea cu care își impuneau produsele în rândul medicilor, care, indubitabil, răspundeau tirului publicitar la care erau supuși cu aceeași epuizare cognitivă pe care și pacienții lor o experimentau ca răspuns la publicitatea făcută medicamentelor patentate.

La mijlocul anilor 1800, tabletele cu morfină erau disponibile pentru absolut toată lumea, ceea ce elimina necesitatea oamenilor de a se mai injecta acasă sau la serviciu, iar această înlesnire a situației era un avantaj pe care se marșa agresiv, la nivel publicitar, așa cum se întâmplă și azi. Deși publicațiile medicale erau pline cu articole prin care doctorii erau avertizați cu privire la pericolul abuzului de opiacee și al adicției, în aceleași publicații găseai potop de reclame la tablete cu morfină și la seringi hipodermice. Industria farma se asigura că medicii erau mereu ținuți la curent cu toate noile apariții și cu toate noile forme de comoditate, în ceea ce privea administrarea produselor – și, desigur, cu infinitele boli care puteau să fie tratate cu succes cu ajutorul stupefiantelor: de la durerile bebelușilor cărora le dădeau dinții și până la femeile triste sau chiar la copiii care, cu încăpățânare, refuzau să crească. Și, așa cum am mai spus, toate astea – faptul că industria farma îi forța pe doctori să le preia produsele și faptul că brandurile de medicamente patentate promovau agresiv aceleași droguri în rândul consumatorilor – nu doar că erau absolut legale, dar erau și activități și comportamente relativ respectabile.

Unicul motiv pentru care producătorul Coca-Cola a scos cocaina din băutură – băutură pe care o promova ca stimulent pentru trup (ăsta era limbajul codat care trebuia tradus prin „libido") și pentru minte, „o băutură intelectuală" pe care o savurau albii cu bani, care știau *exact* cât de drogați erau – a fost reacția negativă foarte puternică a albilor, când persoanele de culoare au putut și ele să cumpere Coca-Cola[24]. În 1899, compania Coca-Cola a început să-și îmbutelieze și să-și vândă produsul și în afara aparatelor de suc segregate, la prețul de cinci cenți; în acel moment, ziarele sudiste au luat foc: au început să scrie, pe un ton isteric (și mincinos), despre apariția „diavolilor negri cocainomani"[25], deci drogați cu Coke (da, se

refereau la băutură), care violau femei albe, în vreme ce poliția doar privea, fiind incapabilă să-i oprească. Presupun că toată lumea era atât de drogată încât uitaseră că băutura înfierată, Coca-Cola, era un tonic cerebral respectabil.

Cocaina a fost declarată substanță ilegală abia peste mai mult de un deceniu, adică în 1914. Totuși în 1903 Coca-Cola a scos rapid cocaina din băutură și a înlocuit-o cu multă cofeină și cu un sirop în plus[26]. Apoi, când întreaga țară a ajuns la punctul maxim al isteriei create de „diavolii negri cocainomani", nimeni n-a mai recunoscut că dependenții de heroină erau albi – și din ce în ce mai numeroși.

Unicul motiv pentru care unele legi și atitudini au început totuși să se schimbe a fost acela că *structura socială* a început să se schimbe. La începutul noului secol, „saloanele de opiu" se aflau în competiție cu farmaciile, fiecare încercând să atragă cât mai mulți dependenți de droguri – care, de-acum, nu mai erau doar femei albe cu bani, ci și aceiași imigranți chinezi al căror ulei de șarpe ajutase la a da scânteie modei medicamentelor patentate. Imediat ce „saloanele de opiu" s-au răspândit pe tot cuprinsul Americii, în toate orașele și metropolele, versiunile *non*-farmaceutice ale aceloraşi stupefiante au devenit din ce în ce mai populare, în special în rândul bărbaților albi, tineri şi săraci. În 1914, legea „Harrison Narcotic Act" a impus o stare foarte apropiată de prohibiție. Cu scopul de a-i salva de la adicție pe tinerii albi. Evident, „manevra" n-a funcționat. Singurele forțe capabile să oprească valul din ce în ce mai mare de adicție au fost Primul Război Mondial şi pandemia din 1917. Dar, când războiul și pandemia au început să se impună, răul cel mare, adică acela pe termen lung, fusese deja făcut: marketingul stupefiantelor direct-către-consumator reușise deja să iasă din acea cutie a Pandorei plină cu idei groaznice și pătrunsese în

mainstream – şi nu avea să se mai întoarcă *niciodată* în cutie, în ciuda faptului că promovarea şi vânzarea drogurilor direct către clienţi a fost unul dintre cele mai dăunătoare experimente din istoria modernă a medicinei.

WELLNESS PE PICIOR MARE

În timp ce aproape întreaga ţară era drogată de nu mai ştia de ea, un sector social din ce în ce mai amplu, alcătuit în general din persoane bogate, a început să fie obsedat de propria sa sănătate şi de „wellness". Să nu mă înţelegeţi greşit: şi oamenii ăştia erau la fel de nebuni şi la fel de influenţaţi de publicitate şi de gândirea de turmă ca restul ţării, deci ca acel sector social permanent ameţit de droguri. Iniţial, moda asta inedită a implicat doar staţiuni balneare, îmbăieri şi „luare de ape", dar foarte curând situaţia a degenerat. Iar în miezul noii nebunii s-a aflat Battle Creek Sanitarium, un „institut de reformare a sănătăţii" fondat de doctorul John Kellogg.

Doctorul Kellogg – da, tipul care a inventat cerealele pe care le mâncaţi la micul dejun – a fost un soi de Gwyneth Paltrow al epocii lui – doar că o variantă oarecum mai înfricoşătoare. Era un medic autentic (spre deosebire de – să zicem – „doctorul" Bailey, cu al lui celebru Radithor), dar ţi-ar fi fost greu să-ţi dai seama de asta, la cum se ferea de stupefiante, de alcool şi de „chipsurile de plumb"! Doctorul nostru de wellness adoptase o strategie orientată pe direcţia complet inversă. Kellogg era obsedat de puritate şi de viaţa „curată". Era un vegetarian convins (asta când mânca totuşi ceva) şi, pe parcursul căsniciei de patruzeci de ani, şi-a impus, în mod deliberat, starea de celibat.

Curând, Battle Creek Sanitarium a devenit cea mai râvnită destinaţie – dacă reuşeai să-ţi faci programare.

Când mișcarea wellness a ajuns la apogeu, pe lista de așteptare de la Battle Creek Sanitarium se aflau inclusiv Henry Ford, Amelia Earhart, Thomas Edison și Sojourner Truth. Toate aceste nume tânjeau după tratamentele inovatoare ale lui Kellogg, precum băile cu lumină electrică, terapia cu curent sinusoidal, îmbăierea continuă, clismele de „cincisprezece quarts" și – preferatele mele – curele de masturbare. Baia cu lumină electrică nu prea implica vreo formă de spălare, ci însemna că te așezai într-un sicriu din lemn căptușit cu becuri și, pur și simplu, stăteai acolo – și te vindecai de insomnii și de depresie. Chestia asta era o tâmpenie doar puțin mai mică decât sună – dacă te gândești că azi și insomniile, și depresiile sunt tratate prin „terapia cu lumină". Atât doar că acum nimeni nu te mai închide într-o cutie. Îmbăierea continuă chiar însemna că făceai baie (deci cu apă), dar făceai baie vreme de zile, de săptămâni sau chiar de luni fără oprire – o procedură pe care neapărat nu trebuia s-o combini cu terapia cu curent sinusoidal, care presupunea aplicarea de curent electric, de diferite intensități, direct pe trupul gol, prin intermediul unui aparat pe care doctorul Kellogg îl meșterise singur din elemente preluate de la un telefon vechi. Kellogg considera că terapia cu curent sinusoidal putea să trateze otrăvirea cu plumb, obezitatea și chiar și afecțiunile oculare, în cazul în care curentul era aplicat direct pe globii oculari.

Clismele de „cincisprezece quarts*" erau cam ceea ce vă închipuiți, doar că și mai groaznice; practic, în corp se introduceau cincisprezece quarts de lichid *pe minut*, întrucât „majoritatea persoanelor au nevoie de spălare internă

* Quartul este o unitate de măsură americană, care nu trebuie confundată cu Quartul Imperial, a cărui valoare este cu circa 20% mai mare. 15 quarts înseamnă 14,195294 litri (n. tr.).

mai mult decât de orice altceva", după cum era convins doctorul Kellogg. Procedurii i se mai asociau scaune din lemn care vibrau violent „pentru stimularea intestinelor", aparate „de bătut și pălmuit" și reguli teribil de bizare cu privire la alimentație, somn, exerciții fizice și gânduri impure. Curele de masturbare implicau, printre altele, și mutilarea. Așa că acum înțelegeți de ce terapiile astea de „wellness" nu erau mai sănătoase decât achiziția unei porții de 3,54 grame de droguri din catalogul Sears-Roebuck.

Battle Creek Sanitarium și mișcarea de wellness au marcat începutul „industriei de wellness", deci a ceva și mai înfiorător, și mai bizar, și mai agresiv promovat. Mișcarea de wellness a debutat într-o epocă în care beneficiile, pentru sănătate, ale electrocutării erau preamărite și în care societatea a primit undă verde pentru orice, de la clismele medicale până la stupefiantele pentru copii. E aproape de înțeles că această mișcare a evoluat în opoziție cu lenșa acceptare pe scară largă a stupefiantelor pe rețetă, atât doar c-a luat-o razna, în direcție opusă și la viteză maximă. Pe măsură ce abuzurile riguroase, privațiunile și „absorbțiile" autoimpuse, dar glamour – prin asta vreau să spun „îngrijirile" de sine – ale mișcării de wellness au devenit din ce în ce mai populare și mai profitabile, moda aceasta a explodat în mainstream, până când, finalmente, două secole de șarlatanii medicale au culminat în GOOP.

Poate că FDA a eliminat majoritatea bizareriilor comercializate pe parcursul secolului al XIX-lea și la începutul secolului XX, dar legea care a dus la crearea FDA n-a avut niciun efect asupra *cererii* de piață. Oamenii vor vrea întotdeauna să creadă în pastile magice de slăbit, în antidepresive, în medicamente de potență și în creme de frumusețe, așa că totul a fost înlocuit cu „uleiuri de șarpe" mai noi, mai strălucitoare, mai inutile și adesea mai periculoase. Iar acum, de la terapeuții New Age la specialiștii

în anti-aging, toată lumea promovează de toate, de la tratamente false pentru cancer până la suplimente alimentare fără niciun efect, de pe urma cărora nu te alegi decât cu o urină *foarte* costisitoare. Anual se organizează conferințe ACAM sau A4M (am fost și eu la unele dintre ele) cu sute de mii de doctori și de farmaciști, care caută, cu toții, următorul produs nou pe care să vi-l vândă.

Cercul s-a închis, ca un șarpe cu clopoței care-și înghite propria coadă, și, într-o anumită măsură, industria de wellness a fuzionat cu modelul medical farma, din opoziția cu care s-a născut acum o sută cincizeci de ani. Cu alte cuvinte, industria „uleiului de șarpe" continuă să funcționeze și să prospere.

ALEGEȚI-VĂ OTRAVA PREFERATĂ

Slavă Domnului că există totuși și medicina *adevărată*, nu-i așa? Nu chiar... ea funcționează doar parțial. Dar, pe de altă parte, și unele dintre nebuniile despre care am vorbit funcționează la fel de bine. În majoritate însă, conform studiilor în dublu-orb, ea funcționează doar în cazul unui procent redus de persoane. S-a constatat că doar în jur de 10% dintre pacienții care iau SSRI (inhibitori selectivi ai recaptării serotoninei, precum prozacul) răspund realmente la componentele chimice din produs. Sau se poate spune că medicina adevărată funcționează destul de bine – cam la fel de bine ca efectul placebo. Din acest motiv, *mai mult de unu din zece* dintre pacienții care iau SSRI susțin că se simt realmente mai bine.

Încă o dată, vinovată pentru această situație este pregătirea psihologică.

În 1997, după un secol, FDA a schimbat regulile de publicitate și a hotărât să lase companiile farmaceutice

să facă marketing direct-către-consumator, astfel combinând cele două cele mai proaste idei pe care le-au avut vreodată. Rezultatul marketingului farmaceutic direct-către-consumator a fost o creștere uriașă a sumelor cheltuite de companiile de medicamente pentru publicitatea pe TV și în alte medii publice – și o creștere proporțională a vânzărilor de produse pe rețetă. Rețetele pentru oxicodonă au făcut un salt uriaș, de la 670 000 în 1987 la 6,2 milioane în 2008 – și asta s-a întâmplat *înainte* ca lumea să înceapă să vorbească despre o epidemie opioidă, cu referire directă la oxicodonă.

Purdue Pharma, compania producătoare a medicamentului OxyContin*, a finanțat peste douăzeci de mii de programe educaționale menite să-i „învețe" pe doctori cu privire la numeroasele moduri în care pot să prescrie opiacee în afara justificărilor medicale obișnuite, după care a finanțat grupuri ca American Pain Society, care să facă lobby pentru dreptul oamenilor de a cumpăra analgezice cu găleata. De asemenea, aceeași companie „a curtat" aceiași doctori cu stocuri gratuite de treizeci de zile de OxyContin, cu excursii preplătite, cu diverse alte mostre și cu pacienții trimiși la ei.

Această alegere suspectă a avut rezultatul așteptat: ne-am întors la aceeași epidemie de opiacee din care doctorul Kellogg a încercat să ne smulgă acum o sută de ani. Dar a mai existat și un alt rezultat, mai puțin așteptat, dar mult mai interesant. Inițial, situațiile au părut să n-aibă nicio legătură și a fost nevoie de aproape zece ani pentru ca oamenii să pună informațiile cap la cap și să se lămurească, dar când s-au lămurit, *s-au lămurit definitiv*.

---

* Denumirea comercială americană a oxicodonei (n. tr.).

În 2002, un gigant farmaceutic rival, Merck, s-a trezit cu o problemă. Iar problema era reprezentată de medicamentele placebo[27]. Întrucât cinci dintre cele mai lucrative patente ale lor erau pe cale să expire, Merck a pariat pe dezvoltarea unui nou antidepresiv experimental, cunoscut sub numele de cod MK-869. După un mare succes inițial și multă vâlvă, MK-869 a dat cu oiștea-n gard. În testele din ultima etapă n-a fost capabil să depășească nici măcar medicamentul placebo. Cei de la Merck nu știau ce să facă; nu puteau să explice eșecul brusc al lui MK-869, așa că au lăsat baltă noul antidepresiv și au compensat prin scoaterea pe piață a medicamentelor vechi, doar că obținând pentru ele patente noi, pentru utilizări diferite. În felul acesta, fiindcă nu aveau produse noi de promovat, au tras de timp. Această practică este numită „patentare off-label".

Dar s-a dovedit că aceasta nu era o problemă cu care se confrunta *doar* compania Merck. Cam în aceeași perioadă, Eli Lilly a renunțat la testele pentru un nou medicament pentru schizofrenie care, de asemenea, făcuse mare vâlvă: voluntarii au demonstrat un răspuns de două ori mai favorabil la medicamentul placebo, față de etapa de testare precedentă. Eli Lilly se confrunta cu exact aceeași problemă ca Merck și în aceeași situație se aflau și majoritatea celorlalte companii care încercau să dezvolte medicamente noi de reglare a sistemului nervos central – de exemplu, antidepresive. (Atât doar că marile companii farma nu se prea înghesuie să-și comunice unele celorlalte informațiile obținute.) Între 2001 și 2006, o uriașă parte dintre noile medicamente dezvoltate au eșuat lamentabil la testele în dublu-orb, fiind mereu depășite, ca rezultate, de medicamentele placebo. Iar numărul lor a crescut cu 20% în faza a doua de testare și cu 11% în faza a treia de testare. Încă și mai bizar e faptul că în situația aceasta, de eșec total, s-au aflat nu doar medicamente noi, promovate

cu mare tam-tam (medicamente dezvoltate pentru „a domina sistemul nervos central"), ci și medicamente vechi, care trecuseră deja „testul timpului" – medicamente pe care companiile le vindeau de zece, de cincisprezece sau de douăzeci de ani. Brusc, *toate* medicamentele nu mai reușeau, la testele în dublu-orb, să obțină rezultate mai bune decât o banală capsulă cu zahăr. Era un fenomen amplu și foarte tulburător; antidepresive vechi și noi eșuau în șapte din zece cazuri – cele noi fiind abandonate fără să mai intre în producție[28]. Medicamentele nu aveau nimic în neregulă; pur și simplu, era ca și cum „puternicul efect placebo", așa cum îl numise Beecher în lucrarea lui legendară din 1955, devenise, în mod inexplicabil, și mai puternic.

De fapt, nu „era ca și cum", ci *chiar așa era.*

Problema s-a dovedit a fi una dublă. Mai întâi, prin crearea unor întregi clase de medicamente care să modifice emoțiile și comportamentul, companiile încercaseră, așa cum ele însele s-au exprimat, „să domine sistemul nervos central"[29], adică exact partea din creier care e compromisă de boala Alzheimer – partea din creier care e capabilă să-și amintească trecutul și să prevadă viitorul și partea din creier care e responsabilă pentru efectul placebo. Prin urmare, s-a demonstrat că, dacă-ți direcționezi tot timpul și toți banii ca să creezi medicamente concepute în mod specific pentru a afecta sistemul nervos central – antidepresive, antipsihotice, anxiolitice, sedative, produse de stimulare sexuală și amfetamine –, inevitabil vei descoperi că ele sunt în mod deosebit afectate de efectul placebo.

Presupun că asta explică situația cu diazepamul...

Celălalt lucru care a eșuat spectaculos a fost *publicitatea în sine.* După ani și ani și ani de reclame pe TV și în revistele farmaceutice, companiile farma nu mai găseau voluntari, pentru studii, care să nu fi fost *deja pregătiți psihologic* cu așteptări legate de ce trebuie sau nu să facă o anumită

pastilă sau alta. Din cauza subiecților contaminați psihologic, testele nu mai aveau niciun sens – oamenii respectivi fuseseră expuși o viață întreagă la reclame pentru diferite medicamente, așa că nu mai aveau obiectivitatea necesară testelor. Dar oare, în aceste condiții, testele erau într-adevăr invalidate? Sau, de fapt, ele ne arătau și ne arată un adevăr mult mai profund despre modul în care medicamentele funcționează, în tandem cu un secol întreg de marketing agresiv și de aculturare?

Companiile farma care susțin că testele sunt compromise ar trebuie s-o lase mai moale – fiindcă ele nu realizează cercetări tocmai „curate". Când trimit medicamente la testare, aceste companii nu sunt întotdeauna mulțumite de rezultatele finale. Și, la fel de adesea, rezultatele testelor sunt varză, demonstrând că nu pot să ofere informații solide cu privire la eficiența unui medicament. Ca atare, companiile *repetă același test de mai multe ori* și aleg doar rezultatele coerente. Multe dintre companiile farma n-au nicio problemă cu această practică și cu decizia de a face publice doar rezultatele testelor individuale care indică exact concluzia dorită de ele.

Se pare că, la capitolul medicamente, fie că ele sunt produse de marile companii farma sau de „medicina alternativă", nu ai altceva de făcut decât să-ți alegi otrava și să încerci să crezi că ea va da rezultatele scontate.

SĂ-I LĂSĂM SĂ ARDĂ

Fordul Pinto din 1970 este celebru dintr-un unic motiv: a fost conceput groaznic de prost și era o capcană a morții și încă a unei morți în flăcări. Din cauza designului – dacă designerul a mai apucat să se ocupe și de partea din spate –, rezervorul de combustibil *exploda* la impact și toate portierele

se blocau, astfel că pasagerii nu aveau alternativă decât să ardă în mașină și să decedeze.

Înfiorător, nu? Dar există ceva și mai înfiorător! Că Ford *știa* toate lucrurile astea despre modelul Pinto, din 1970 și le știa încă din... 1968.

Notificarea Pinto, pe care Ford a încercat s-o țină ascunsă vreme de decenii, sublinia toate aceste defecte structurale și sumele necesare pentru remedierea lor – asta cu doi ani înainte ca Fordul Pinto să fie scos pe piață și să genereze mii de accidente oribile și sute de morți teribile. Notificarea din 1968 estima, de asemenea, costul rechemării preventive a tuturor mașinilor Pinto – în număr de unsprezece milioane – și al remedierii defectelor. Modificările ar fi necesitat suma de 11 dolari pe unitate, deci, pentru toate mașinile, ar fi fost nevoie de 121 de milioane de dolari. Problema cu notificarea Pinto este că mai exista încă o coloană de cifre, una care calcula câte accidente, vătămări și morți erau așteptate, precum și costurile defalcate pentru despăgubirile impuse de răniri, arsuri și decese. Iar acest ultim număr a fost de doar 49,53 milioane de dolari, deci mai puțin de jumătate din costul implicat de rechemarea tuturor mașinilor Pinto.

Ca atare, în 1970, compania a scos pe piață modelul Pinto, fără nicio modificare, pentru că era mai ieftin „să-i lăsăm (pe oameni) să ardă".

Atitudinea asta, că te costă mai puțin să rănești și să ucizi deliberat sute, mii sau chiar zeci de mii de oameni și apoi doar să plătești niște despăgubiri, nu se întâlnește exclusiv în industria auto. Medicamente ale unor mari companii farma, precum Avandia, Resulin sau OxyContin, sunt scoase pe piață frecvent, cu binecuvântarea FDA și cu știința deplină, a tuturor părților implicate, că nu au absolut niciun efect benefic. Sau, mai grav, că au efecte absolut dezastruoase. Însă aceste produse generează

profituri atât de mari, în cei cinci sau zece ani de care e nevoie ca să se demonstreze ineficacitatea sau efectele lor negative și să fie retrase de pe piață, încât și dacă (adesea e vorba, de fapt, despre „când") respectivele companii sunt date în judecată, odată balanța contabilă încheiată, afacerea tot merită.

6

CE BINE E ÎN VÂRF

Jocurile piramidale și de ce e probabil că și tu faci parte din unul

„Cu cât un subiect e mai important și cu cât el se apropie mai mult de speranțele și de nevoile noastre, cu atât e mai probabil că vom comite erori în stabilirea cadrului de analiză."

STEPHEN JAY GOULD

„În mod cert, eu n-aș investi pe Bursă. Niciodată n-am crezut în ea."

BERNIE MADOFF

JOCURILE PIRAMIDALE

Într-un joc piramidal, persoana aflată în vârf recrutează un număr mic de persoane de dedesubtul ei, care să participe la o investiție sau la o afacere presupus legală,

dar prea bună ca să fie adevărată. Și fiecare individ recrutat recrutează la rândul lui alte persoane. Cu fiecare nivel de recruți, piramida crește, iar concentrația de bani care se scurge către nivelurile superioare crește și ea. Finalmente însă, singura afacere reală este aceea de a recruta indivizi care să recruteze și mai mulți indivizi, toți împingând din ce în ce mai mulți bani în sus.

Dar, în cele din urmă, cineva de pe un nivel mult prea inferior al piramidei își va vrea înapoi – bani care, evident, nu vor exista. Și atunci iluzia se va risipi.

Se va instala panica, toată lumea va vrea să iasă din joc și întreaga piramidă se va prăbuși.

Și știți care e partea cea mai înspăimântătoare?

Că viața modernă e plină cu jocuri piramidale.

CUM SĂ CONSTRUIEȘTI O PIRAMIDĂ

Jocurile piramidale se găsesc peste tot. Adesea sunt greu de identificat, iar unele nici măcar nu implică în mod direct bani. În forma lui cea mai de bază, jocul piramidal e doar un sistem care-ți promite mult din ceva, un mult la care vei avea acces în viitor și pe care îl vei primi în schimbul unei mici investiții făcute în prezent – în realitate însă, ceea ce investești dispare și niciodată nu va mai fi de găsit.

Piramida rezistă o vreme în baza simplei convingeri că marele câștig promis va veni... cât de curând. De unde vine această convingere oarbă? Păi, de ajutor e faptul că toți cei implicați cred și ei același lucru, ceea ce-i conferă jocului o aură de respectabilitate, căci altfel propunerea ar fi discutabilă.

În principal însă, credința – în ceva real sau în ceva fals – este un act de voință. Și adesea chiar așteptările care ne pregătesc să credem în minciuni care nu reprezintă altceva

decât proiecțiile propriilor noastre dorințe. Prin urmare, n-au nevoie decât de un mic imbold ca să devină credibile.

BANI PRIN POȘTĂ

Ați auzit vreodată de o schemă Ponzi? Afacerea asta a fost botezată cu numele unui escroc, Charles Ponzi, care a devenit celebru când escrocheria lui cu cupoane poștale, din categoria „jefuiește-l pe Petre ca să-l plătești pe Pavel", a fost demascată. În anii 1920, Ponzi și-a dat seama că putea să cumpere cupoane poștale internaționale (cu alte cuvinte, timbre), cu reducere, în anumite țări. A realizat asta când a primit un timbru prin poștă, din Spania. Cupoanele poștale spaniole fuseseră cumpărate dintr-un oficiu poștal spaniol, cu 30 de centavos. Datorită sistemului de funcționare al sistemului poștal internațional, cuponul poștal internațional din Spania putea să fie schimbat cu un timbru poștal american în valoare de 5 cenți. Întrucât „rata de răscumpărare" era fixă, în baza unui tratat internațional, și întrucât Ponzi știa că peseta spaniolă era mai slabă decât dolarul american, el și-a dat seama că, dacă achiziționa cupoane poștale spaniole angro și apoi le răscumpăra în Statele Unite ale Americii, obținea un profit de circa 10%. Situația putea să stea chiar și mai bine: dacă achiziționa angro același tip de cupoane poștale internaționale, dar din țări ale căror economii erau *încă și mai slabe*, în raport cu Statele Unite ale Americii, atunci profitul generat avea să fie încă și mai mare[1].

Ca atare, Ponzi s-a hotărât să nu rateze această oportunitate: a decis să cumpere cantități uriașe de cupoane poștale internaționale, acoperite de tratatul care stipula rata de răscumpărare fixă, din anumite țări cu economii foarte slabe – asta se întâmpla la doar câțiva ani după încheierea

Primului Război Mondial, așa că țările europene cu economii prăbușite nu erau greu de găsit –, iar după aceea să-și trimită timbrele în America, unde să le răscumpere la preț întreg și astfel să facă profit. Ponzi a estimat că putea să acopere aproape tot globul: nu era nevoie decât să identifice țările care, într-un moment sau altul, aveau o rată de schimb monetară mai puternică, astfel încât să cumpere cupoane din țările cu economii slabe și să le vândă în cele cu economii puternice[2].

Strategia asta nu intra în categoria escrocheriilor. De fapt, era chiar un model de business destul de acceptabil. Iar Ponzi a izbutit să atragă, cu ideea asta, mii de investitori. Ceea ce a transformat afacerea într-o fraudă a fost exact ceea ce i-a adus succesul nebunesc. În primul rând, Ponzi a mințit în legătură cu profiturile. Fiind nemulțumit de profitul modest de 5%, pe care putea să-l genereze în mod sigur, el a pretins că o investiție în schema lui avea să genereze un profit de 50% în doar patruzeci și cinci de zile. În al doilea rând, Ponzi a luat cea mai mare parte din banii pe care îi primea de la investitori și-i ținea pentru el.

Felul în care Ponzi a furat bani nici n-a fost la fel de creativ ca planul de business original. Păcat!

Ponzi lua bani de la investitorii cărora le spusese că avea o rețea vastă de agenți în întreaga Europă, agenți care îi cumpărau cupoanele poștale. În fiecare lună, când venea ziua în care trebuia să le plătească oamenilor banii, nu făcea altceva decât să ia alți bani de la alți investitori și să folosească parte din acele sume ca să-i plătească pe primii investitori. Iar procesul ăsta era repetat iar și iar. Afacerea a mers în felul ăsta un oarecare timp: Ponzi plătea mii de investitori cu banii altor investitori și de la toți păstra majoritatea profitului.

De asemenea, Ponzi nu avea nicio rețea vastă de agenți europeni, care să-i cumpere timbrele. De fapt, la scurt

timp după ce a demarat schema, el nici nu a mai cumpărat cupoane poștale. *Absolut niciunul!* Pur și simplu, îi plătea pe investitorii anteriori cu banii plătiți de investitorii ulteriori. După ce a fost prins, un audit final al bunurilor companiei lui Ponzi a găsit doar timbre în valoare de circa 61 de dolari[3]. Când piramida lui Ponzi s-a prăbușit, ea devenise atât de mare și atât de mulți oameni pierduseră atât de mulți bani, încât și în prezent acest tip de joc piramidal continuă să fie numit o „schemă Ponzi".

BANI PENTRU NIMIC

Charles Ponzi a fost un hoț cu carură. De fapt, până și ideea escrocheriei a furat-o! Cu vreo treizeci de ani înaintea lui, în 1898, în Brooklyn locuia un contabil liniștit, în vârstă de 24 de ani, pe nume William Franklin Miller. Tânărul era plăcut de majoritatea oamenilor și era considerat un cetățean de onoare. Era membru al Tompkins Avenue Congressional Church și, pentru o vreme, președintele unui organizații de caritate numită Christian Endeavor Society. Iar duminicile preda un curs de studiul Bibliei, pentru adulți. Miller nu avea în niciun caz îndrăzneala lui Ponzi, în schimb el a fost primul căruia i-a venit ideea acestei escrocherii[4].

Miller nu înșelase pe nimeni niciodată. Încercase să lucreze pe Wall Street, dar niciodată nu avusese capitalul necesar ca să se lanseze și constant trebuia să împrumute bani de la prieteni. Însă încrederea de care se bucura era extraordinară, fiindcă întotdeauna returna sumele împrumutate. Prima lecție pe care a învățat-o pe Wall Street a fost că poți să-ți menții capitalul împrumutând mereu alți bani, cu care să-ți plătești datoriile vechi. O schemă care lui i se părea că putea să funcționeze la infinit[5].

În martie 1889, Miller s-a confesat în fața a trei bărbați – mă rog, a trei băieți, întrucât aceștia aveau vârste între șaptesprezece și douăzeci de ani –, cu care lucra la Christian Endeavor Society. Le-a spus că avea o sursă internă, un om care lucra la The New York Stock Exchange, și că putea să investească bani pentru ei, obținându-le un profit de 10%. Se poate ca povestea să fi fost chiar adevărată, însă foarte curând afacerea s-a transformat în cu totul altceva. Primul băiat, Oscar Bergstrom, a investit zece dolari, pe 16 martie, și a primit o chitanță mititică, pe care scria „speculație cu valori"[6]. În fiecare săptămână, pe tot parcursul lui aprilie, Miller i-a plătit cei 10% promiși.

Apoi, într-o zi, fără vreo explicație sau vreun avertisment, în fereastra biroului său a apărut următorul anunț:

WM. F. Miller
Investiții
Drumul spre bogăție e la fel de ușor de parcurs
ca drumul spre piață. —B. Franklin

Săptămâna următoare, când a mers la cursul de studiu al Bibliei, toată lumea voia să știe ce era cu anunțul respectiv. Miller le-a spus curioșilor că „nu e corect ca membrii familiilor Morgan, Gould și Vanderbilt să câștige atâtea milioane, în vreme ce noi, oamenii de rând, câștigăm atât de puțin. M-am hotărât să fac ceva în privința asta."[7] Prietenul lui putea să garanteze pentru el. Și alte câteva persoane. Cineva l-a întrebat ce profit se putea obține de pe urma unei investiții. Procentul de 10% promis de Miller însemna o sumă de *cinci ori* mai mare decât ceea ce ofereau băncile... după care contabilul le-a servit curioșilor clarificarea uluitoare: procentul de 10% despre care vorbea el era *pe săptămână!*

Asta însemna un profit de 520% pe an.

Dacă Miller nu descoperise vreo mină autentică de diamante sau dacă nu se apucase de vândut droguri, nu putea *sub nicio formă* să-și respecte această promisiune. Însă cei veniți să studieze Biblia cu el nu aveau de unde să știe asta și mulți dintre ei s-au arătat dornici să investească, deși majoritatea dețineau sume foarte mici: doar câte cinci sau zece dolari. Atunci Miller a ridicat mâna ca sfinții din icoane și le-a spus: „În ziua de Sabat nu accept nicio investiție."[8]

În limbajul escrocilor, figura asta e numită „momeala". Îi arăți ceva unui om, el parcă ar vrea acel ceva, după care îi spui că nu poate să obțină lucrul respectiv și atunci omul ajunge să-și dorească *realmente* lucrul respectiv. Manevra asta elimină și suspiciunea c-ai vrea să vinzi ceva. Deși nu avea experiență, în mod clar Miller avea talent.

Luni seara, când s-a întors de la serviciu, Miller a găsit în fața casei o coadă lungă de investitori, care-l așteptau să-i dea bani. La sfârșitul săptămânii, contabilul le-a plătit profitul promis și atunci mulți dintre ei au investit sume și mai mari, iar lor li s-au alăturat mulți alți oameni care doreau să investească și ei. Până la urmă, investitorii au ajuns să-și reinvestească imediat și profiturile, astfel că Miller nu mai trebuia să dea bani nimănui. Și lucrurile au continuat în acest mod săptămâni de-a rândul. Finalmente, întregul cartier investise în schema lui Miller.

La începutul lui august, Miller a fost nevoit să-și angajeze niște oameni. În octombrie a trebuit să se extindă în afara biroului micuț de pe Floyd Street nr. 144: a ocupat întreaga clădire. De asemenea, a decis să schimbe și denumirea firmei – a devenit Franklin Syndicate – și să înlocuiască chitanțele mititele cu documente cu antet, inscripționate cu cuvintele: WILLIAM F. MILLER, MGR. FRANKLIN SYNDICATE, BANKERS AND BROKERS. STOCK EXCHANGE. ZILNIC, DE LA 10 A.M. LA 3 P.M. În plus, în partea superioară a documentelor se găsea următorul

înscris: „O investiție de 10 dolari vă va aduce un profit net de 52 de dolari pe an." Motiv pentru care contabilul s-a ales cu porecla „520 Miller". În noiembrie, escrocul avea deja douăsprezece mii de investitori, dintre care majoritatea investiseră mai mult de zece dolari și nu doar o dată. În fiecare zi, Franklin Syndicate primea depozite cu valori cuprinse între 20 000 de dolari și 63 000 de dolari. *În fiecare zi!* Afacerea mergea ca pe roate; într-o zi, coada – mă rog, mulțimea de oameni – strânsă să depună bani a fost atât de mare, încât veranda din fața clădirii de la numărul 144, de pe Floyd Street, pur și simplu s-a prăbușit sub greutatea investitorilor![9]

„520 Miller" a ajuns foarte curând să-și extindă afacerea dincolo de limitele cartierului Brooklyn – în parte pentru că absolut toată lumea își primea banii în fiecare săptămână și în parte pentru că escrocul a cheltuit peste 32 000 de dolari ca să dea anunțuri în toate ziarele de pe tot cuprinsul Americii. De asemenea, a plătit pentru ca în respectivele ziare să fie publicate articole cu titluri precum „Wall Streetul e uluit. Sindicatul lui William F. Miller e marele câștigător", articole care raportau aparentul succes extraordinar înregistrat de Franklin Syndicate[10]. Prin urmare, oamenii au ajuns să-i trimită literalmente bani în plicuri. În decurs de puțin peste nouă luni, Miller a acumulat o avere fantastică. Dar, în mod ironic, nu există nicio cale de a calcula exact câți bani a câștigat contabilul, întrucât contabilii țin contabilități bizare – mai ales când sunt escroci. Ceea ce se știe este că, într-o singură lună din 1899, Miller a câștigat 430 000 de dolari. Se crede că, în decursul anului în care și-a derulat afacerea, a adunat în jur de 2 până la 3 milioane de dolari[11]. În banii de azi, asta ar însemna cam în jur de o jumătate de miliard de dolari.

Dar, așa cum a spus Notorious B.I.G., „orice escroc adevărat știe că nu poți să escrochezi la infinit. Până la

urmă, ajungi la pușcărie." Și, după aproape un an de strâns bani, Miller a început să devină arogant. Toate anunțurile publicate prin presă și toate articolele despre „Noul vrăjitor" de pe Wall Street? Da, toate s-au dovedit până la urmă o idee proastă. L-au făcut remarcat, însă nu doar de investitori. Greii adevărați de pe Wall Street au început să pună întrebări: cine naiba era William Miller? Ce mama naibii era The Franklin Syndicate? De unde veneau banii? Și ce fel de investiție putea să ofere profituri de 520% pe an?

Finalmente, aceleași întrebări și le-a pus și poliția. Investigația care a fost demarată a scos la iveală faptul că The Franklin Syndicate depusese actele de înființare pe 20 noiembrie, în New Jersey, însă corporația nu avea nici birouri, nici manager, nici consiliu director. Și nu avea nici măcar dreptul legal să facă afaceri în New York. De asemenea, s-a aflat că Miller nu fusese niciodată membru al The New York Stock Exchange și nu avea autorizație de practici comerciale[12]. Dacă ar fi investit banii primiți și n-ar fi creat doar o uriașă schemă piramidală, oricum acțiunile lui ar fi fost ilegale.

În dimineața zilei de 24 noiembrie, pe prima pagină a publicației *The New York Times* era scris simplu: „Părăsiți compania lui Miller." Articolul era și mai distrugător: se puneau toate întrebările pomenite mai sus și, mai tulburător, se dădeau și unele răspunsuri cu privire la „520 Miller" și la The Franklin Syndicate[13]. În seara aceleiași zile, Miller era deja în Canada.

NICI ÎNTRE HOȚI NU EXISTĂ ONOARE

Miller a fost atât de grăbit să-și ia tălpășița, încât, atunci când poliția a ajuns la biroul lui, ofițerii au găsit 4 500 de

dolari, care zăceau pe o masă, alături de plicuri timbrate în valoare de 400 de dolari. Angajații nu aveau nici cea mai vagă idee unde se afla patronul, așa că poliția și-a petrecut următoarele două luni și jumătate căutându-l pe Miller prin New York, prin restul Statelor Unite și în străinătate. Până la urmă, pe 8 februarie 1890, escrocul a fost prins de căpitanul James Reynolds, în timp ce mergea pe o stradă din Montreal. Și am spus „a fost prins", nu „a fost arestat", fiindcă Miller a fost arestat abia după ce a pus din nou piciorul pe pământ american. Totuși, în mod bizar, nu a protestat deloc, ci l-a urmat fără probleme pe ofițerul american. Inclusiv după ce acesta i-a comunicat care-i erau intențiile.

Conform relatării Mariei Konnikova, marți seara, în jurul orei 19:00, Reynolds „l-a văzut în mulțime. «Salut, Miller! Sunt căpitanul Reynolds, din New York», i-a spus ofițerul fugarului, apropiindu-se de el. Miller l-a salutat ridicându-și pălăria. «Ce faci, domnule căpitan?» Cei doi au dat mâna, Miller a zâmbit, iar căpitanul l-a informat cu privire la iminentul său plan de călătorie, înapoi, către Statele Unite. Călătorie pe care ar fi preferat s-o facă în compania lui Miller."[14] Miller a mers cu el, ceea ce n-ar fi fost obligat să facă. Era ora 7:00 seara, în Canada, în februarie – deci afară probabil că se lăsase deja întunericul. Iar strada era înțesată de lume. Miller era un bărbat în vârstă de 25 de ani; ar fi putut să fugă, să scape de Reynolds ascunzându-se printre trecători sau în întuneric – sau în ambele. La naiba! Episodul ăsta se petrecea în 1890! Escrocul ar fi putut chiar să nege că era William Miller!

Iar situația a devenit și mai bizară când cei doi au ajuns în Gara Grand Central.

– Ei, Miller, acum suntem în New York, i-a spus Reynolds. Trebuie să te arestez oficial.

Miller a surâs.

– Sigur! Înțeleg, i-a răspuns ofițerului.[15]

Deci, în noiembrie, Miller se dăduse peste cap să fugă și să se ascundă în Canada, dar în februarie n-a avut nimic împotrivă să-l însoțească pe polițist și să se întoarcă la locul crimei.

Trebuie să recunoașteți c-a fost o situație ciudată. Aproape c-ai fi putut să crezi că Miller lăsase ceva în urmă.

Adevărul e că Miller începuse să se pregătească să dispară încă *dinainte* de apariția articolului din *The New York Times*; probabil că de-asta a și reușit să fugă atât de rapid. Fiind contabil, și-a dat seama că, deși piramida lui devenea din ce în ce mai mare și zilnic genera din ce în ce mai mulți bani, ea acumula și *din ce în ce mai mulți* investitori. Zilnic! Miller a făcut calculele și a realizat că se apropia rapid de punctul maxim al schemei, de momentul când nu avea să mai fie capabil să plătească procentul de 10% săptămânal. Atunci i s-a confesat avocatului său, care, la rândul lui, era un mare infractor: colonelul Robert Ammon. Avocatul l-a întrebat câți bani îi mai rămăseseră, iar Miller i-a răspuns că momentan mai avea în jur de 255 000 de dolari. Ceea ce, în mod sigur, era o minciună. În dimineața în care *The Times* a publicat articolul acela distrugător, The Franklin Syndicate avea investiții de 1,2 milioane de dolari[16]. Chiar dacă ar fi plătit cei 10% din săptămâna respectivă, lui Miller tot i-ar mai fi rămas peste 1 milion de dolari. Nimeni nu știe de ce contabilul l-a mințit pe cel căruia îi ceruse ajutorul, dar când Ammon a aflat că Miller nu mai avea decât 255 000 de dolari, avocatul a insistat ca escrocul să fugă din oraș înainte de data la care trebuia să facă următoarele plăți. Și, în calitatea lui oficială, Ammon s-a oferit să-i ascundă banii – ca nu cumva Miller să fie prins fugind din țară cu ei – și apoi să i-i trimită în Canada, unde clientul lui trebuia să înceapă o viață nouă[17].

Piramida de cartier a fost prima și singura escrocherie rulată de Miller vreodată, așa că tânărul era epuizat. S-a gândit așadar că să se retragă din afacere, cu câteva milioane de dolari în buzunar, nu era o idee rea. Putea să fugă din țară, Ammon să-i trimită cei 255 000 de dolari în mai multe tranșe și apoi, peste câțiva ani, după ce lucrurile aveau să se mai liniștească, putea să-și recupereze și restul de bani[18]. Înainte să părăsească New Yorkul, Miller a trecut „absolut totul" pe numele lui Ammon – adică absolut toți cei 255 000 de dolari, în cash și acțiuni, pe care pretindea că-i mai avea[19].

Nici ideea asta nu s-a dovedit însă a fi prea grozavă.

Dincolo de articolul din *The Times* la care nu se așteptase și dincolo de investigația poliției de care nu știa, în săptămânile care au urmat fugii în Canada, două lucruri au ieșit la lumină. Primul a fost acela că Ammon furase între timp toți banii pe care ar fi trebuit să-i țină ascunși pentru clientul lui și că dispăruse. Al doilea a fost acela că numeroșii investitori ai lui Miller (și poliția) își dăduseră seama că escrocul o ștersese din oraș și că toți banii se evaporaseră. Ca atare, peste noapte, Miller ajunsese și sărac, și dat în urmărire de autorități.

După câteva săptămâni, Miller l-a însoțit de bunăvoie pe căpitanul Reynolds și s-a întors în New York. Acolo escrocul a fost pus sub acuzare pentru furt calificat de gradul I și de gradul al II-lea. În aprilie a fost condamnat la zece ani de închisoare, pedeapsă pe care s-o execute în penitenciarul Sing Sing. Atât doar că Miller n-a rămas în închisoare atât de mult timp. A fost eliberat înainte de termen, după ce l-a „turnat" pe partenerul lui într-ale infracțiunilor, un bărbat pe care polițiștii voiau să-l prindă chiar mai mult decât pe Miller. Se părea așadar că Miller devenise ținta unui escroc chiar mai mare decât el: colonelul Robert Ammon[20].

După eliberarea din închisoare, Miller s-a întors în New York și și-a reluat viața liniștită de contabil – firește, sub un alt nume. Apoi, într-o zi, pe neașteptate, Miller și-a făcut bagajele și a dispărut fără urmă. Și nimeni n-a mai știut nimic despre el. Iar Miller n-a plecat cu mâna goală, ci cu cel puțin un milion de dolari din banii pe care-i adunase în mod fraudulos și care au rămas dispăruți[21].

Charles Ponzi n-a fost nici primul și nici ultimul inițiator al unui joc piramidal. De fapt, Miller, predecesorul lui, a pretins că descoperise principiul de bază al escrocheriei în scurta perioadă în care lucrase pe Wall Street, acolo unde schemele piramidale sunt în continuare la mare modă și devin din ce în ce mai ample.

MAREA PIRAMIDĂ DE PE EAST 64TH STREET NR. 133

În timpul procesului său, un escroc american notoriu, pe nume Joseph „Yellow Kid" Weil, a făcut extraordinara sugestie că victimele lui erau, de fapt, la fel de vinovate ca el. Yellow Kid a spus: „Eu nu am înșelat niciodată un om cinstit, am înșelat doar pungași. Or fi fost ei respectabili, dar nu erau oameni cumsecade. Voiau ceva pe nimic. Eu le-am dat nimic pe ceva."[22]

O idee interesantă: *nimeni* nu e curat pe de-a-ntregul – oricât cărbune medicinal ar ingera și oricâte scruburi cu ulei de cânepă ar folosi ca să elimine toxinele din corp și credințele limitative din minte. De fapt, succesul „uleiurilor de șarpe" moderne are multe în comun cu constanța și popularitatea schemelor piramidale: ambele se bazează pe amăgire – nu a simțurilor, ci a *sensibilităților* umane. Adesea, oamenii cred în anumite lucruri pentru că au fost înșelați de propriile lor erori perceptive sau cognitive. Dar, la fel

de adesea, oamenii cred în anumite lucruri pur și simplu pentru că vor să creadă în ele.

Așadar investitorii și-au învățat lecția, după ce Ponzi a ajuns la închisoare?

Păi, nu prea!

De fapt, e chiar ciudat că, și după o sută de ani, noi continuăm să numim această escrocherie o „schemă Ponzi". Mai ales că nu Ponzi a inventat-o, nu Ponzi a fost primul care a rulat-o și nu Ponzi a fost cel care a câștigat cel mai mult de pe urma ei. Această onoare dubioasă îi revine lui Bernie Madoff, care a fost arestat, în 2008, pentru că a rulat cea mai mare schemă Ponzi din toate timpurile: una în valoare de 65 de *miliarde* de dolari.

Bernie Madoff, fiul unui instalator, s-a născut în Queens, New York, în 1938. A urmat, pentru scurt timp, cursurile Școlii de Drept din Brooklyn, dar și-a dat seama că locul unde se făceau bani adevărați era Wall Street, așa că în 1960 și-a înființat propria firmă, Bernard L. Madoff Investment Securities LLC, firmă în care a activat aproape cinci decenii, până când a fost prins de FBI. Aparent, departamentul „Wealth Management" din firma lui se ocupase, vreme de decenii, cu tranzacționarea de acțiuni ale celor mai influente și mai sigure companii de pe piață și gestionase investițiile uriașe ale unor clienți extraordinar de bogați. În realitate însă, firma lui Madoff, în care erau angajați fratele, nepoata și cei doi fii ai lui, Andrew și Mark, nu făcea absolut nimic. După ce a pledat vinovat, escrocul a mărturisit că nici el, nici firma lui nu mai tranzacționase absolut nicio acțiune încă din anii '90.

Madoff a recunoscut că totul funcționase ca o schemă piramidală clasică.

Când a spus că „o afacere care nu produce altceva decât bani e o afacere proastă", Henry Ford s-a gândit, fără îndoială, la ceva mai etic sau măcar la ceva filozofic,

dar această afirmație descrie perfect jocul piramidal. Această escrocherie nu oferă niciun produs și niciun serviciu, ci doar mută banii de colo colo – și, mai ales, în sus. Iar strategia asta funcționează atât timp cât piramida continuă să crească. Schema lui Madoff a început să se dezintegreze în 2008, când băncile au dat de greu și n-au mai acordat împrumuturi. Luni în șir, Madoff s-a chinuit să găsească noi investitori și să le prezinte băncilor instrumentele financiare necesare pentru investiții de amploare în fondul lui. Dar în momentele acelea de panică și de dezastru nimeni nu mai cumpăra nimic.

Madoff a păstrat aparențele cât de mult a putut – adică nu mult timp. Pentru că, atunci când o piramidă se prăbușește, se prăbușește *rapid*. Dar despre calcule o să vorbim puțin mai încolo. Deocamdată, ideea e că, până la urmă, Madoff a admis că o dăduse cu oiștea-n gard. Ca atare, și-a sunat fiii și i-a chemat la el. După sosirea băieților, Madoff a mărturisit în fața întregii familii că uriașa instituție financiară pe care o condusese vreme de decenii nu fusese, de fapt, decât „o mare minciună". Chiar și din închisoare, Madoff a insistat că nimeni din familia lui n-a știut nimic. Deși o astfel de pretenție ridică imediat următoarea întrebare: ce *făcuseră* toți cei din birouri, toată ziua, dacă nu tranzacționaseră nimic? Ce fel de afaceri *crezuseră* ei că făceau? În acel punct, Madoff a crezut însă că încă mai avea timp să mute banii de colo colo, astfel încât să-și pună la adăpost familia și prietenii. Pentru că banii nu dispăruseră *realmente*, ci, pur și simplu, așa cum pățise și Miller, piramida se îngreunase prea tare la vârf, iar acum era pe punctul să se răstoarne în insolvență. Totuși, înainte ca asta să se întâmple, Madoff intenționa să împartă plăcinta și să-i servească pe cei mai apropiați de el. În realitate însă, el nu mai avea la dispoziție *atât de mult* timp pe cât își închipuia. Imediat ce le-a mărturisit adevărul, băieții lui, îngroziți, l-au

denunțat – un gest fie admirabil, fie dezgustător, sinceră să fiu, nu sunt sigură cum ar trebui să-l categorisesc.

FBI l-a arestat pe Madoff pe 11 decembrie 2008. După trei luni, Madoff a pledat vinovat de unsprezece tipuri de fraudă federală și de faptul că organizase cea mai mare schemă piramidală privată din istorie – asta dacă nu luăm în considerare monarhia, biserica și sistemul bancar.

O MINCIUNĂ MARE CÂT CASA

Madoff a rulat aceeași escrocherie ca Miller, dar abordarea lui a fost diferită: în loc să ia sume foarte mici de la o mulțime de semeni cu venituri scăzute, Madoff n-a acceptat decât investiții uriașe de la persoane sau instituții obscen de bogate. Și, nu, n-a făcut asta pentru că în secret ar fi fost un tip cumsecade. Pur și simplu, lui i-a plăcut stabilitatea averilor solide. Ba chiar a preferat instituțiile, precum organizațiile de caritate și fondurile de pensii de mari dimensiuni, fiindcă acestea prezentau un risc mai mic ca vreodată să-și retragă capitalul inițial[23]. Prin urmare, în piramida lui au intrat milionari, miliardari, vedete de cinema, mari industriași și o mulțime de deținători de conturi bancare în offshore-uri. E suficient să spunem că, atunci când piramida lui s-a năruit, cu toții am aflat vestea.

Ca să prinzi un pește mare ai nevoie de momeala potrivită: metoda prin care Madoff a prins toți acei pești mari a fost simplă. *S-a folosit de restul peștilor.* Doar sumele mari de bani și numele sonore ale clienților au fost de-ajuns ca să-i asigure pe noii investitori că afacerea era autentică și profitabilă. Prin urmare, Madoff a „presărat" peste fragila lui piramidă numele unor oameni bogați și faimoși, la fel cum Philip Arnold a „presărat" câteva diamante adevărate în mina lui lipsită de valoare. Însă manevra a funcționat și

de data asta, fiindcă ea funcționează întotdeauna: pur și simplu, creierul nostru e astfel conceput încât să extrapoleze imaginea de ansamblu pornind de la un singur fragment. Iar asta se întâmplă chiar și când suntem duși de nas în mod deliberat.

Ceea ce pare o nebunie! Și așa și e. Însă modul de funcționare a minților noastre *e adesea* nebunesc. Iar în cazul de față nebunia e multiplă: vă mai aduceți aminte de Gregor MacGregor și țara lui imaginară, Poyais? Cu cât minciuna e mai mare, cu atât e mai probabil că lumea o va crede.

Dacă v-ar cere cineva să investiți 100 de dolari în ceva sigur, în care ar mai investi și alți câțiva necunoscuți, ați fi îndreptățiți să nu-l credeți – sau, cel puțin, să puneți la îndoială înțelepciunea investiției. Dar dacă acest necunoscut nu v-ar cere să investiți – și, ca să faceți asta, ar trebui să fiți recomandați de o cunoștință –, iar dacă i-ați mai și recunoaște (și poate chiar i-ați admira) pe restul clienților lui și individul nu ar accepta mai puțin de, să zicem, 500 de milioane de dolari... ei, atunci ar fi cu totul altceva, ar fi ca și când, din neant, s-ar fi inventat o țară nouă. Evident că ați crede fără dubiu în afacerea respectivă, întrucât cine minte *la un asemenea nivel*?

Totuși se pare că nu toată lumea l-a crezut pe Madoff. Într-un interviu pe care l-a dat în 2011, din închisoare, escrocul a susținut cu tărie și cu amărăciune că unele fonduri de investiții și unele bănci (ale căror nume nu le-a dezvăluit) *știau* sau cel puțin bănuiau ce făcea el, deci că au fost complice. În fond, el le furniza unor mulțimi de oameni o mulțime de bani – mulți, mulți bani, pentru multă, multă vreme. Madoff a spus: „E imposibil să nu fi știut. Dar atitudinea lor a fost de genul «dacă faci ceva ilegal, noi nu vrem să știm»."[24]

Așadar Madoff își recunoștea propria vinovăție, dar susținea că, pe lângă el, mai existau mulți alți vinovați.

Situația asta a ieșit la iveală, într-o oarecare măsură, în ultimii șase-șapte ani de funcționare a schemei. Madoff a susținut însă că abia după ce a început să-și execute pedeapsa de o sută cincizeci de ani în închisoare a aflat de e-mailurile pe care bancherii și le trimiteau între ei încă dinainte de 2008, e-mailuri în care își exprimau în mod clar dubiile legate de validitatea „rezultatelor" lui. Și, într-adevăr, au apărut e-mailuri prin care o firmă sau alta era avertizată să se țină departe de afacerea lui Madoff sau e-mailuri care indicau că anumite bănci acordau *împrumuturi*, obținând astfel profituri, dar *nu investeau*. Madoff a precizat: „Ceea ce spun eu este că băncile și fondurile sunt complice într-o formă sau alta."[25]

O acuzație foarte gravă! De asemenea, Madoff a susținut că fiii lui, care lucrau alături de el, n-au știut nimic despre piramidă. Însă faptul demonstrat rămâne: directorii din numeroase bănci de anvergură și-au exprimat suspiciunile în legătură cu afacerea lui nu o dată, nu ocazional, ci *ani de-a rândul*. Și-apoi în ecuație au mai fost implicați și auditorii. Sigur, Madoff a încercat să-i ducă și pe ei de nas, continuând să-și ruleze schema Ponzi în valoare de miliarde de dolari. Dar, în mai multe rânduri, anumiți acționari îngrijorați au alertat instituția numită Security and Exchange Commission, dar, dintr-un motiv necunoscut, îngrijorările lor n-au dus niciodată la vreo investigație, ci, din contră, au fost demobilizate cu promptitudine – au existat chiar și investitori individuali care, în ultimele câteva luni înainte ca piramida să se prăbușească de-a binelea, au făcut retrageri masive de bani[26].

Asta arată că, la nivel profund, *toată lumea știa ce se întâmpla*. Iar ceea ce nu s-a știut explicit, s-a ales să fie trecut cu vederea. Toți au fost complici (așa cum e orice persoană care investește în ceva ce promite câștiguri financiare evident imposibil de realizat) pentru că *au ales să creadă* că

afacerea era legală, doar pentru că toți aveau de câștigat de pe urma ei. Madoff a susținut că „orbirea lor deliberată" față de toate problemele legale și discrepanțele contabile mai mult decât evidente i-a făcut pe investitorii lui să fie la fel de vinovați ca el. Chiar dacă ăsta e un exemplu clasic de comportament narcisist – „e vina lor, nu a mea" –, Yellow Kid Weil a avut și el dreptate, într-o anume măsură.

Nimeni nu e curat pe de-a-ntregul.

CALCULE GREȘITE

Dacă, pentru a funcționa, un sistem sau o schemă piramidală nu are nevoie de altceva decât de creștere, iar ca să crească nu are nevoie decât ca oamenii să creadă că sistemul sau schema va funcționa, atunci să crezi într-o minciună chiar *determină* sistemul să crească. Iată încă un exemplu al genului de alchimie care ne transformă dorințele și credințele în evenimente concrete și într-o realitate fizică – exact așa cum se întâmplă și în cazul efectului placebo. Asta până când realitatea respectivă se dezintegrează. Dar ce nu se dezintegrează până la urmă?

Așadar de ce s-a dezintegrat piramida lui Madoff? Oare de vină a fost doar criza economică din 2007-2008? E dubitativ. Piramida lui Madoff a rezistat douăzeci sau treizeci de ani, trecând prin mai multe recesiuni – deci răspunsul ăsta nu pare a fi corect. De fapt, când, finalmente, escrocheria a fost demascată, schema lui Madoff, în valoare de 65 de miliarde de dolari, a reprezentat un dezastru de asemenea proporții, încât a grăbit scoaterea la iveală a problemelor cu care se confruntau unele bănci și fonduri de investiții – nu doar invers.

Warren Buffett a spus odată: „Niciodată nu știi cine înoată în pielea goală, până când valul nu se retrage." Iată

o descriere plină de acuratețe (și greu de uitat) a situației din 2008 a multora dintre actorii de pe Wall Street. Aceeași panică și același declin global care au revelat frauda cu OGI-uri au demascat și piramida lui Madoff, prin sugrumarea oricărei noi surse de capital. Însă chiar și într-o economie imaginară veșnic de succes, schema lui Madoff oricum ar fi fost sortită pieirii.

Până la urmă, schemele Ponzi și piramidele financiare se prăbușesc întotdeauna. Ceea ce e ciudat, pentru că mult timp ele funcționează ca un model de business relativ sustenabil, deși fraudulos.

Urmăriți-mă puțin: pe 1 ianuarie, zece persoane îți dau, fiecare, câte 100 de dolari, ca investiție. Așadar tu ai un capital de lucru de 1 000 de dolari. Dar fiecare persoană așteaptă ca, la sfârșitul fiecărei luni, să primească un profit de 1%, deci 10 dolari. Chiar dacă le plătești acești bani și nu mai faci nimic altceva, pe ianuarie ai câștigat 900 de dolari. Dacă pe parcursul lui ianuarie mai convingi încă zece persoane să investească aceeași sumă, mai aduni încă 1 000 de dolari, deci acum ai 1 900 de dolari, iar la sfârșitul lui februarie nu datorezi decât 200 de dolari. Ceea ce înseamnă că rămâi cu un capital de lucru de 1 700 de dolari. Repetă figura încă o dată și la sfârșitul lui martie ai treizeci de investitori plătitori, iar tu nu le datorezi *tuturor* decât 300 de dolari, ceea ce înseamnă că rămâi cu 2 400 de dolari. Și tot așa, și tot așa. Nu doar că în fiecare lună îți acoperi datoriile, dar și crești suma pe care o reții.

Conform calculelor astea, pare că schema ar trebui să funcționeze, nu-i așa? Și ea chiar funcționează. Dar numai până când nu mai găsești alți oameni dispuși să investească un nou capital. Sau până când suficient de mulți oameni își vor înapoi simultan investiția inițială (100 de dolari). Oamenii sunt nestatornici. Sau cineva se sperie și șoptește cuvintele *schemă piramidală*. Atunci te-ai dus pe

copcă. În clipa aia, *toată lumea* își vrea banii înapoi, bani pe care tu nu-i ai, chiar dacă nu ai cheltuit nimic din pot, ci pur și simplu fiindcă lunar ai plătit dobânda.

Dar și dacă nimeni nu-și cere banii înapoi, motivul pentru care schema funcționează, aritmetica, este și motivul pentru care schema nu poate să dureze la infinit. Dar nimeni nu se obosește să facă o socoteală simplă. Chiar dacă bănuiești cumva că ești implicat într-o schemă piramidală (și majoritatea oamenilor cam știu că fac parte din așa ceva, dar speră sau cred sau *aleg* să creadă că au intrat în ea suficient de devreme pentru ca banii să urce către ei, nu să dispară de la ei), după toate calculele matematice, dacă nu te afli printre primele serii de investitori, indiferent cât de multe alte serii mai urmează, tu nu mai faci altceva decât să dai bani pentru alții. Asta dacă ești un investitor.

Dacă ești creatorul piramidei, ai o altă problemă: tehnic vorbind, potul de bani se mărește, dar același lucru se întâmplă și cu numărul investitorilor. Doar *pare* că potul se mărește, pentru că, lunar, după plăți, cifra e mai mare. Dar asta doar din punct de vedere matematic. În realitate, tu trebuie să urmărești derivativul, nu cu cât crește potul în fiecare lună și nici măcar cu cât cresc plățile în fiecare lună. Ceea ce trebuie să urmărești este *rata de creștere* a fiecărei cifre și apoi să operezi o comparație. În felul ăsta vei vedea că, lunar, deși suma reținută pare mai mare, tu, de fapt, datorezi un *procent* mai mare din ea: în ianuarie, 100 de dolari înseamnă 10% din 1 000 de dolari, în februarie, 200 de dolari înseamnă 11% din 1 700 de dolari, în martie, 300 de dolari înseamnă 12% din 2 400 de dolari. Deci în fiecare lună potul se micșorează.

Dacă alegi să continui în felul ăsta, adăugând câte zece investitori lunar, nepierzând niciunul și plătind câte o dobândă de profit de 10%, nu vor trece decât unsprezece luni până când cifrele se vor inversa, iar potul va începe să

se micşoreze. În octombrie te vei trezi că datorezi unui număr de o sută de investitori 1 000 de dolari din 5 100 de dolari, ceea ce înseamnă că tu vei rămâne cu 4 100 de dolari. În noiembrie, 4 000 de dolari vor fi mai puțini bani decât cei 4 100 de dolari din octombrie și, tot așa, potul va descreşte.

Așadar totalul plăților pe care le ai de făcut crește lunar – și, mai grav, el crește, dar nu într-un ritm fix. Fiindcă atât suma care-ți intră, cât și suma care-ți iese dispersat cresc pe niveluri *diferite*. La finele lui ianuarie datorezi 10% din pot, dar la finele lui noiembrie datorezi 27% din pot, iar la finele lui decembrie datorezi 31% din pot. Încă și mai grav: în fiecare lună, mărimea potului, din care extragi sumele pe care trebuie să le plătești, *se diminuează*, chiar dacă lună de lună tu adaugi câte zece investitori noi și nu pierzi niciunul.

Până la urmă, ajungi să ai atât de mulți investitori, încât le datorezi acestora 101% din capitalul de lucru și, în clipa aia, piramida ta se prăbușește – așa cum a pățit și Miller. Singura cale prin care poți să oprești prăbușirea este să adaugi un număr exponențial de mare de investitori noi *în absolut fiecare lună*.

De-asta schema se și numeşte „piramidă".

Numărul de investitori ulteriori – straturile inferioare ale piramidei, cei de care ai nevoie pentru ca banii să urce către vârf și pentru ca investitorii de pe straturile mediane să aibă impresia că se află în vârf – crește exponențial cu fiecare rundă. Asta e realitatea matematică a structurilor piramidale, fie că ele sunt alcătuite din blocuri de piatră, din oameni sau din dolari investiți pe post de capital. Pur și simplu, piramida nu poate să fie susținută decât prin creştere exponențială. Dacă începi cu 5 investitori, ai nevoie de 25 care să-i susțină pe primii 5. Apoi îți trebuie 625 de investitori, care să-i susțină pe cei 25. Și astea sunt abia trei niveluri.

La runda a cincea, ai nevoie de 15 258 800 000 000 000 de investitori, ca să-i susții pe cei din vârf.

Dincolo de un anume punct, pur și simplu nu mai ai cum să susții vârful. Pur și simplu, așa funcționează creșterea exponențială. E vorba despre același proces prin care orice bucată de hârtie, de orice formă și mărime, când e împăturită pe jumătate, de 20 de ori, ajunge să aibă o înălțime de 10 kilometri, iar când e împăturită pe jumătate de 42 de ori, ajunge până la Lună.

DE LA PIRAMIDELE MIJLOCULUI DE SECOL PÂNĂ LA CELE MODERNE

Până acum, toate schemele piramidale despre care am vorbit au avut legătură cu Wall Street – de parcă ăsta ar fi singurul loc unde ele pot să fie puse în operă! În realitate însă, tocmai opusul este valabil. Schemele piramidale sunt peste tot. Doar de dragul argumentației, haideți să presupunem că voi sunteți niște persoane echilibrate, care ați evitat cu totul Wall Streetul. Felicitări! Dar, dacă aveți un cont bancar, o ipotecă, un fond de pensie sau o pensie, cărți de credit sau o mașină, dacă mergeți și cumpărați benzină, dacă folosiți un telefon mobil ori internetul... atunci probabil că oricum sunteți implicați într-o schemă piramidală. De fapt, o mulțime dintre instituțiile și firmele cu care aveți de-a face zilnic sunt jocuri piramidale. E posibil să vă bazați pe o asemenea firmă, să veneraţi o asemenea firmă ori să lucrați pentru o asemenea firmă. E posibil chiar *să fiți proprietarii* unei asemenea firme. Dar nu toate schemele piramidale sunt alcătuite la fel sau sunt la fel de rapace.

Să lăsăm însă deoparte, pentru o clipă, chestiunile financiare și să ne concentrăm pe piramidele mai tradiționale.

Sunteți suficient de în vârstă ca să vă amintiți de Avon sau de Mary Kay? Acestea sunt companii cosmetice care au revoluționat modelul vânzărilor din ușă-n ușă din anii '60, permițându-le clientelor să le vândă produsele direct prietenelor lor. Acest model a scos din circulație vânzătorul din ușă-n ușă tradițional. De ce să te mai deranjezi să angajezi vânzători, când clientele Avon puteau să se transforme și în reprezentanți de vânzări, care să le comercializeze prietenelor lor toate rahaturile alea haioase, roz și frumos împachetate – împreună cu modelul de business în sine? Fiecare nouă reprezentantă cooptată îi aducea un bonus și un procent din vânzări femeii care o racolase în subpiramida ei. Ceea ce sună minunat, până când iei în considerare că pe o stradă înfundată există un număr finit de case și, odată ce toate femeile din casele respective devin reprezentante de vânzări Avon, ei bine... nimeni nu mai are cui să-i vândă cosmeticele.

Asta se numește „marketing multi-nivel" sau MMN. În loc să ai o piramidă mare, în care toată lumea, de pe toate nivelurile, plătește către vârf și e plătită de vârf, în cazul MMN ai o piramidă gigantică, alcătuită din numeroase subpiramide. Fiecare dintre reprezentantele de vânzări Avon trebuie să cumpere produse de la sediul central – asta e investiția –, dar ele nu sunt niciodată plătite de la vârf. De fapt, nu sunt niciodată plătite. Dacă vor să câștige bani, trebuie să racoleze noi reprezentante. Și de la fiecare nouă reprezentantă primesc un comision. De asemenea, ele trebuie să vândă produsele – dar deja am stabilit că pe o stradă înfundată există un număr finit de case.

Datorită acestei structuri subpiramidale, piramida cea mare este mai puțin expusă inevitabilului risc de prăbușire. Chiar și așa însă, matematica tot ne asigură că, până la urmă, singurii bani adevărați pe care un „investitor" poate să-i câștige vin din bonusurile primite pentru activitatea

agresivă de racolare a unor noi reprezentanți de vânzări, *nu* din vânzarea produselor propriu-zise, fiindcă și o schemă piramidală uriașă tot o schemă piramidală rămâne. Majoritatea persoanelor implicate într-o schemă de tip marketing multinivel nu câștigă absolut niciun ban, iar multe dintre ele se înglodează în datorii enorme.

Și iată ce e distractiv la MMN: ele nu sunt guvernate de exact aceleași legi federale de reglementare sau de aceleași standarde contabile ca *un business adevărat*, să spunem – deci nu întotdeauna ai acces la registrele contabile ale unei companii care funcționează în baza acestui sistem. Ceea ce e cât se poate de convenabil... pentru un model de business care nu oferă aproape nimănui bani, iar pe mulți chiar îi falimentează. Mai mult, când o persoană te recrutează în subpiramida ei, din punct de vedere legal acea persoană poate să-ți spună *orice* vrea ea în legătură cu câți bani câștigă – iar ceea ce-ți va spune va fi, în mare parte, pură ficțiune.

Mary Kay e atât de retro, încât e posibil să nu fi auzit de ea. Dar de Nu Skin ați auzit? Produsele acestei firme sunt peste tot. Și există un motiv: Nu Skin e un MMN multinațional agresiv, fondat în 1984, care pretinde că vinde suplimente alimentare și produse de îngrijire a pielii. Însă, în cea mai mare măsură, Nu Skin vinde brandul Nu Skin. Compania face asta de atât de mult timp, încât nu doar că a fost investigată în mod repetat de The Federal Trade Commission, dar a și fost dată în judecată de nenumărate ori. Cu doar câțiva ani în urmă, Nu Skin Enterprises a fost chemată în judecată și obligată să plătească o sumă cu opt cifre, ca să închidă un proces prin care se susținea că „a operat o schemă piramidală în China și a făcut afirmații false, menite să inducă în eroare, în legătură cu operațiunile firmei din această țară"[27]. Da, am spus China. Când v-am zis mai devreme că schemele piramidale se găsesc peste tot, m-am referit literalmente la *peste tot*.

Nu Skin a căpătat o asemenea amploare, încât firma a reușit să „atingă" și ne-sfântul Graal al MMN-urilor: *saturația de piață*. Odată ce o companie ajunge la saturația de piață, într-o anumită zonă geografică există (pe bune că nu glumesc!) mai mulți vânzători decât cumpărători. În punctul ăsta, MMN-ul – în cazul de față, Nu Skin –, în loc să depună armele, se rebranduiește într-o nouă companie (de exemplu, Big Planet). Face asta pentru ca aceleași persoane, în acea clipă înglodate în datorii, să aibă impresia că au găsit o nouă oportunitate de a face rost – mai cu succes, se speră – de banii cu care să-și acopere datoriile. Nu-și dau seama că, de fapt, nu fac decât să investească pentru a doua oară în aceeași piramidă.

La fel ca piramida lui Madoff, multe MMN-uri sunt un secret la vedere. Herbalife, o companie globală de nutriție, în care oamenii au încredere și pe care unii chiar o adoră, este un MMN *cunoscut*. Herbalife vinde shake-uri cu proteine și alte produse de slăbit și de întreținere a sănătății, dar, cel mai mult, Herbalife *vinde* brandul Herbalife. Principala cale prin care vânzătorii vând respectivele produse (și recrutează noi vânzători) este un sistem pe care compania Herbalife îl numește „cluburi de nutriție"[28]. Cluburile de nutriție sunt exact asta: niște *cluburi*. Oamenii merg acolo în căutare de sprijin moral și de trucuri de slăbit, ca să-și facă prieteni și să pescuiască noi recruți. În calitate de vânzător, compensația ta vine nu doar din procentul din profitul generat de shake-urile vândute, dar și din bonusurile obținute în urma vânzărilor făcute de noii recruți. Trucul pe care se bazează compania este că atât vânzătorul inițial, cât și noii recruți trebuie să cumpere shake-uri și alte tâmpenii în valoare de mii de dolari, înainte ca sistemul de bonusuri să înceapă să funcționeze.

Președintele Herbalife, John DeSimone, a spus: „Cluburile sunt utile pentru comunitate. E vorba despre un

regim de slăbit care e conectat la o dinamică socială." În paralel, cel mai vehement și mai implicat financiar critic al Herbalife, Bill Ackman, a spus: „Cluburile de nutriție sunt, pur și simplu, modalitatea pe care Herbalife o folosește ca să recruteze distribuitori cu venituri mici."[29] Tehnică de prădător! Firma nu profită doar de visurile oamenilor care au nevoie disperată să facă bani, dar și de persoanele care, pur și simplu, vor să facă parte dintr-un club. După care apelează la slăbiciunile cognitive ale ambelor categorii. În fond, toată lumea are nevoie de ceva. Dar majoritatea oamenilor nu-și permit să plătească mii de dolari (doar ca investiție inițială) doar ca să nu primească acel ceva.

Dar partea care face din rețeaua Herbalife de aproximativ 3,7 milioane de oameni din nouăzeci de țări (că tot vorbeam despre saturația de piață) o schemă piramidală clasică este faptul că Herbalife, în mod deliberat, nu urmărește ce procent din produsele achiziționate de vânzător de la firmă ajunge în stomacul sau în pivnița omului respectiv, pentru că, pur și simplu, vânzătorul nu poate să vândă produsele[30]. Aspectul ăsta e important, fiindcă *nu toate schemele piramidale sunt ilegale*; și nu toate sunt rele. Schemele Ponzi sunt ilegale fiindcă nu se bazează pe un produs real; ele doar mută bani de colo colo (de obicei în sus), până când piramida se dezintegrează. Nicio persoană implicată într-o schemă Ponzi nu e plătită vreodată pentru ceva real sau nu e plătită cu un profit autentic. Alte companii, precum Tupperware, folosesc „personal de vânzări independent", dar monitorizează atent ce vinde fiecare om în parte, iar apoi omul e recompensat în consecință[31]. Ca atare, ca vânzător al firmei, nu ajungi să cumperi pentru tine toate produsele și nici nu ești nevoit să-ți păcălești toate cunoștințele, ca să scapi de marfă. Și nici nu ești plătit pentru recrutarea prietenilor în secta Tupperware.

De fapt, problema controlorilor de piață este că nu găsesc o cale de a reglementa dezastrul etic localizat între cele două extreme: Tupperware și Nu Skin.

„Hârtia de turnesol" standard pentru legalitate este așa-numita „regulă 70%", instituită în 1979, când, o curte de judecată a decis că Amway nu era o schemă piramidală, pentru că le impunea „vânzătorilor independenți" să vândă cel puțin 70% din ceea ce cumpărau de la Amway – nu să folosească ei înșiși produsele, nu să le dea cadou și nici să le ascundă în pivniță. Herbalife ocolește această reglementare socotind doar produsele despre care distribuitorii spun că sunt „păstrate pentru revânzare", adică acele produse care au fost cumpărate de la firmă și n-au fost vândute – încă. Adică zero. Încă și mai important, Herbalife nu monitorizează numărul de vânzări făcute *în afara rețelei de vânzători, către nonmembri*. Președintele Herbalife, Des Walsh a spus: „Nu monitorizăm acest număr și nu considerăm că el e relevant."[32]

Această eludare – și faptul că vânzările Herbalife către vânzători se cifrează la miliarde de dolari anual[33], cât și faptul că firma există pe piață de decenii – dă impresia că Herbalife reprezintă „un model de business sustenabil"; acesta fiind celălalt standard al industriei, folosit de controlorii de piață pentru a face distincția între piramidele legale și schemele ilegale. Dar și asta e o formă de eludare, fiindcă Herbalife își pierde circa o jumătate dintre distribuitori anual[34]. Pare că modelul e sustenabil – deocamdată –, dar numai în ochii celor de la Herbalife. Cu toate astea și în ciuda amenzilor de milioane de dolari primite în ultimii ani, deși a fost eviscerată de *The New York Times* și investigată de The Federal Trade Commission[35], Herbalife continuă să funcționeze, pentru că legislația e „tulbure" în legătură cu ce constituie o schemă piramidală ilegală.

Dar gândiți-vă la următorul aspect: 99,92% dintre vânzătorii independenți Herbalife *pierd* bani[36].

CHESTIA ASTA O SĂ-ȚI RĂMÂNĂ LA DOSAR

Deci voi vă considerați mult prea curați pentru Wall Street (nu sunteți) și mult prea deștepți pentru un MMN (ați fi surprinși)? În regulă! Atunci mai am o variantă să vă prezint. Haideți să vorbim despre cea mai mare și mai sexy schemă piramidală care este rulată în prezent: bitcoin.

Bitcoinul (dacă locuiți cumva într-un adăpost antiatomic) este o criptomonedă nonfizică și actualmente nereglementată, bazată pe tehnologia „block-chain". Tehnologia block-chain e un program de calculator isteț, care permite transferul aproape instantaneu, sigur și urmăribil de bitcoin (sau de orice altceva). Bitcoinul în sine este moneda digitală „creată" când niște așa-numiți crypto-mineri (de fapt, niște tocilari care stau în fața unor calculatoare) rezolvă probleme matematice complexe. Odată problema rezolvată, se creează un registru permanent și nonlocalizat, care, la fel ca „The Book of Life", ține continuu evidența fiecărui bitcoin de pe planetă, de când, unde și cum a fost creat și... înainte.

Se spune că bitcoinul va fi moneda viitorului. A viitorului apropiat. O monedă descentralizată, complet urmăribilă, total digitală, care să ne unească pe toți și să ne elibereze din cătușele fraudei, abuzului, finanțelor monopolizate și ale... sistemului bancar normal. Știți la ce mă refer: când, de exemplu, trebuie să plătești o taxă de 2% sau ceva de genul ăsta.

Asta presupun că e *cool*. Adică oricum banii n-au mai fost reali de când am renunțat la standardul de aur; nu există nimic care să-i susțină și să nu fie măcar într-o

anumită măsură abstract. Deci presupun că nu-i mare lucru să înlocuim o formă de monedă imaginară cu o alta: monedele cu hârtia, hârtia cu plasticul, plasticul cu cripto.

Problema e însă că bitcoinul nu e, de fapt, o monedă.

Nu pentru că e digital sau descentralizat. Nereglementarea e o problemă, dar nu e *marea* problemă. Bitcoinul nu e o monedă pentru că, pur și simplu, nu e. În mod fundamental, bitcoinului îi lipsesc proprietățile de bază ale unei monede autentice[37]. Sigur, poți să cumperi lucruri cu el, din anumite locuri – deși, în anumite locuri, tot felul de lucruri poți să le cumperi și cu pui vii –, însă nu există niciun guvern și nicio entitate care să-i susțină legal valoarea; nimeni nu stabilește prețurile în bitcoin; și, nu, în realitate nu prea poți să cumperi nimic cu bitcoin (mai ales acum, că Silk Road* a fost închis)[38].

Ultimul detaliu clarifică situația: bitcoinul nu e o monedă, pentru că *oamenii nu-l cheltuiesc.* Nimeni nu cumpără o mașină cu bitcoin (chiar dacă ar fi posibil), pentru că, pân-ai ajunge acasă, mașina ar valora mai puțin decât bitcoinul. Întrucât nu e susținut legal de nimeni și nici nu este un obiect fizic, valoarea bitcoinului se bazează doar pe popularitatea lui și pe faptul că se găsește într-o cantitate teoretic limitată[39]. Asta însemnând că valoarea îi crește exponențial.

Bitcoinul nu e făcut să fie cheltuit. E făcut să fie adunat.

Și exact asta fac în prezent o mulțime de miliardari[40]. O companie numită Xapo, condusă de antreprenorul argentinian Wences Casares, a petrecut ani de-a rândul încercând să-i convingă pe milionarii și pe miliardarii din

---

* Silk Road (în traducere, Drumul Mătăsii) a fost un website uriaș, accesibil prin intermediul așa-numitului Dark Web, de unde oamenii cumpărau droguri (și lucruri încă și mai abjecte) cu bitcoin, exact din motivul că această „monedă" este complet neurmăribilă (n.a.).

Silicon Valley că bitcoin e viitorul – exact ce fel de viitor presupun c-o să ne lămurim mai târziu – și că în viitor toți or să aibă nevoie de bitcoin. Dar, întrucât bitcoinul poate să fie furat atât de ușor de hackeri, marii deținători de bitcoin au hotărât (sau Casares i-a convins) că e mai sigur să-și păstreze averea în „frigiderul" lui. Așa că acum Casares păstrează *fizic* bitcoinuri în valoare de miliarde de dolari pe servere private, etanșe, neconectate la rețea și criptate – la care doar el și (uneori) posesorii de bitcoin au chei de acces –, adăpostite în clădiri de tip Fort Knox, pe care le-a construit în întreaga lume și pe care le-a înzestrat cu paznici, cu uși blindate și cu pereți din beton ranforsat[41]. În esență, Casares a conceput niște seifuri high-tech sigure și complet izolate de lumea digitală, în care să-ți depozitezi banii digitali.

Nu mai dau și alte detalii – dar e posibil ca Xapo în sine să fie o escrocherie.

Și, cu toate că e greu de spus cât bitcoin se află acolo, conform celei mai recente estimări se pare că Xapo depozitează echivalentul în bitcoin a circa 10 miliarde de dolari. Deci, dacă teoretic bitcoinul există într-o cantitate limitată, iar valoarea lui nu face altceva decât să crească, înțelegeți de ce, ca în cazul oricărei alte piramide, ar fi trebuit să intrați în afacerea asta cu mult timp în urmă. Ca orice MMN, cei de la bază cred că investesc în ceva care o să-i facă foarte bogați – dar, pe măsură ce timpul trece, vor exista din ce în ce mai puține bitcoinuri, în general imposibil de obținut, iar indivizii care păstrează sume uriașe în seifurile Xapo le vor avea pe majoritatea – și acestea vor valora enorm, fiindcă noi, restul, le-am dat această valoare, când am intrat în afacere.

Și iată ce-a ieșit! *O afurisită de piramidă!*

În punctul ăsta, trebuie să te întrebi dacă ai crezut în faza cu bitcoinul pentru că tu ai vrut să crezi sau pentru că

altcineva a vrut să crezi. Sau poate că, din cauza mutualismului care naște înșelăciuni, de fapt a fost vorba de câte puțin din ambele. În fond, încrederea e un act de cooperare, iar actele de cooperare sunt întotdeauna, din start, mutuale.

CREZI ÎN MINE!

Chestia interesantă, la piramide, este că le asociem cu însușirea ilegală de bani. Și asta, pe bună dreptate! Când auzim formula „schemă piramidală", noi nu auzim, de fapt, decât „schemă". Presupunem că e vorba despre o înșelătorie deliberată, probabil de natură financiară; dar piramidele sunt peste tot în jurul nostru, tot timpul și fac parte integrantă din viața noastră de zi cu zi. *Nu toate piramidele sunt rele.* Știți ce anume urmărește o schiță de proiect, uimitor de exactă, a unei scheme piramidale?

Religia.

Autoritatea poate să și urce, pentru niciun alt motiv decât acela că masele cred că ea e reală. Și atât timp cât toată lumea pretinde la unison că instituția cu pricina are autoritate, atunci instituția cu pricina chiar are autoritate. Același lucru se întâmplă și în mediul academic, în armată, în lumea artelor, în economia globală... Abia când cineva pune sub semnul întrebării respectiva autoritate, introducând dubiile – și apoi panica –, piramida începe să se prăbușească. Nu e obligatoriu să recunoaștem că unele sisteme sau instituții familiare sunt piramide, dar ele sunt, iar noi suntem cei care am construit majoritatea lumii în forma asta.

Majoritatea minciunilor pe care ni le spunem unii altora au nevoie de doar două persoane: una care să spună minciuna și alta care s-o creadă. Și adesea minciunile pe care ni le spunem nouă înșine nici nu au nevoie de atâtea

persoane. Dar piramida este una dintre puținele minciuni de pe pământ care are nevoie de o *masă critică*. Piramidele, ca escrocherii deliberate sau ca structuri necesare, sunt atât de incredibil de prezente fiindcă, în același timp, reprezintă și fac apel la centralitatea credinței (atât *în*, cât și *ca* grup) în viața omului. Și aici nu mă refer specific la credința religioasă, deși cu siguranță acesta este *un* tip. Eu mă refer la *încredere*, la un soi de credință oarbă de care avem nevoie ca să funcționăm ca grup.

Fluturii și florile-cadavru s-ar putea să fie singure în această cursă evoluționistă (așa cum suntem și noi, din unele puncte de vedere), dar, asemenea multor alte ființe, de la coloniile de bacterii până la mușuroaiele de furnici și la haitele de lupi, oamenii au evoluat și ei astfel încât să funcționeze împreună ca un superorganism, ca un soi de întreg mai amplu – ceva ce, într-o zi bună, am putea să-l numim o civilizație. Fiind o colectivitate, trebuie să ne bazăm pe alți oameni, care au, cu toții, dispozițiile lor mentale individuale. În pofida teoriei minții, dispozițiile mentale individuale ale celorlalți oameni *nu pot să fie niciodată cunoscute pe de-a-ntregul*. Sau, așa cum a spus H.L. Mencken, „asociațiile umane sunt conservate nu atât de încrederea mutuală, cât de interesul mutual".[42]

Asta înseamnă că încrederea – credința, în absența oricărei dovezi – este crucială pentru interacțiunea umană.

Civilizația nu poate să existe fără încredere, iar încrederea este un act voluntar. *Alegem să credem* în anumite lucruri; ca atunci când trebuie să te oprești la lumina roșie a semaforului și apoi să crezi că toți ceilalți vor alege să creadă și să acționeze la fel ca tine. Cu alte cuvinte, alegem să credem într-o structură a realității deliberat creată și asupra căreia cu toții am căzut de acord.

Cu toții ne prefacem împreună. Trebuie – altfel toate piramidele noastre s-ar nărui.

III

MINCIUNILE ÎN CARE CU TOȚII CĂDEM DE ACORD SĂ CREDEM

CONSENSUL, CONTROLUL ȘI ILUZIA ADEVĂRULUI

„Între adevăr și realitate e o diferență uriașă. Realitatea poate să ascundă adevărul."

MAYA ANGELOU

„Suntem ceea ce pretindem că suntem, deci trebuie să fim foarte atenți cine pretindem că suntem."

KURT VONNEGUT

Cineva a spus odată: „Nu există nimic bun sau rău, doar gândul face lucrurile să fie așa." Persoana respectivă s-a exprimat filozofic, dar afirmația asta impune o întrebare mai literală: ce greutate are opinia în raport cu realitatea? Realitatea e realitate, dar *adevărul* e un concept mai puternic și, finalmente, mai nebulos. Până acum am vorbit despre cum se spune o minciună și cum să determinăm pe cineva s-o creadă. Și acum iată ultimul meu truc: cum putem să facem ca o *minciună să devină adevărată.*

Înainte să obiectați, gândiți-vă la ciudata poveste a uleiului de șarpe: în cazul în care crezi realmente că ai luat un medicament, eliberarea anticipativă asociată cu efectul placebo pot să aibă același efect chimic, în creier și în corp, ca și când ai fi luat un medicament *autentic.* La nivel concret chimic, asta înseamnă că o minciună poate să funcționeze ca și cum ar fi adevărată, pur și simplu pentru că tu crezi că e adevărată, astfel transformând biologic minciuna în adevăr.

Iar *anticiparea* este doar unul dintre numeroasele mecanisme prin care încrederea în ceva fals poate să se traducă într-un impact real. Consensul este un alt mecanism; ce se întâmplă când o minciună e crezută pe scară largă? Nu doar de o persoană, ci de un oraș întreg? De o societate întreagă? De lumea întreagă? Dacă un oraș întreg crede că

au aterizat marţienii şi că sfârşitul e al naibii de aproape, haosul va fi *foarte real.*

Ceea ce impune următoarea întrebare: dacă o minciună funcţionează ca şi când ar fi adevărată, atunci mai există vreo diferenţă între minciună şi adevăr?

Dacă o întreagă civilizaţie crede că anumite obiecte au putere sau valoare şi toată lumea se comportă în consecinţă, atunci obiectele respective *chiar au* realmente acea valoare sau putere. Un obiect contrafăcut, dar de calitate, poate să fie o minciună, dar el tot funcţionează exact la fel cum ar funcţiona obiectul autentic... atât timp cât *se crede* că e autentic. Iar dacă, pentru a fi eficient, un lucru nu trebuie decât să fie crezut, atunci a existat vreodată ceva de preţuit sau vreo altă autoritate în afara credinţei?

Dacă tu crezi într-un lucru, atunci lucrul acela devine aşa cum îl crezi tu? Poţi să faci ca o escrocherie să devină reală crezând în ea sau poţi să subminezi o realitate acceptată punând-o la îndoială? Există altceva *în afara încrederii* care poate să ne creeze sau să ne distrugă experienţa realităţii? Şi ce se întâmplă dacă încetăm să credem în anumite minciuni? De ce minţim şi cum credem sunt atât de strâns împletite, încât nu poate să existe credinţă fără înşelătorii, nu poate să existe adevăr fără minciună şi nu poate să existe civilizaţie fără escrocherii. Fie că e vorba despre minciunile pe care ni le spunem unii altora sau despre minciunile mai subtile şi mai complicate pe care ni le spunem nouă înşine, amăgirea şi încrederea sunt jumătăţile unui întreg. Una nu poate să existe fără cealaltă, iar societatea nu poate să funcţioneze fără ambele. Noi ne angajăm constant în această pendulare, fiindcă ea e o trăsătură încastrată în viaţa organică. Cu cât organismul e mai complex, cu atât mai complexe sunt şi minciunile. Iar când această complexitate ajunge la dimensiunea unei civilizaţii, minciunile încep să devină cu-adevărat ciudate şi, în unele cazuri, ciudat de adevărate.

Domnia legii, valoarea diamantelor, existența economiei – când *toți* cădeam de acord să credem în anumite lucruri, lucrurile respective, fie ele adevărate sau false, devin reale. Banii de hârtie sunt doar bucăți de hârtie, dar atâta vreme cât cu toții cădem de acord să credem în ele, atâta vreme cât le onorăm ca bani autentici, ele au valoare. Cu toții mințim și mințim tot timpul și cu toții cădem de acord să numim unele minciuni adevăruri. Și când cu toții credem la unison într-un lucru, acel lucru capătă greutatea realității.

Poate că, la urma urmei, *adevărul* e cel mai vechi truc din lume.

7

FAKE NEWS

Păcălelile, isteria și nebunia mulțimilor

„Adevărul e un lucru care, dintr-un motiv misterios, omenirii îi displace instinctiv."

H.L. MENCKEN

„Cine controlează media controlează mințile."

JIM MORRISON

PĂCĂLELILE

Deși ar putea părea că este același lucru, o păcăleală nu e o farsă și nici o simplă fraudă. E un tip foarte specific de escrocherie, care implică fie dezinformarea, fie informarea deliberat greșită, fie adesea ambele. O păcăleală e organizată fie din rea-voință, fie cu intenția de a profita material sau situațional de ceva, prin propagarea unui fals și prin inducerea cu succes în eroare, cel puțin temporar, a unui

număr mare de oameni. Păcăleala e perpetuată prin identificarea, mai întâi, a unui grup-țintă de persoane; apoi se manufacturează o minciună, care să sperie sau să-i placă în mod deosebit grupului-țintă – în unele cazuri se pot inventa și niște dovezi; finalmente, minciuna e lăsată să se răspândească organic, astfel încât să dobândească o mai mare credibilitate presupusă și, prin urmare, o mai mare putere.

AICI LONDRAI

O păcăleală nu e o minciună pe care i-o spui cuiva sau pe care ți-o spui ție însuți – e o minciună prezentată ca adevăr, adresată nimănui în particular și tuturor în general. Pentru o minciună care necesită atâta măiestrie, abordarea ei e de-a dreptul pasivă – e ca și cum te-ai îmbrăca elegant, ai ieși în lume și te-ai așeza la bar, așteptând să te bage cineva în seamă. Oricine a folosit această metodă ca să atragă atenția cuiva știe că, atunci când este executată cum se cuvine, schema poate să fie de două ori mai eficientă decât abordarea directă. Așa că păcălelile de acest tip nu doar că sunt extrem de atrăgătoare, ci sunt și disproporționat de puternice. Când îmbraci elegant o minciună și o prezinți pasiv ca adevăr, ea e mult mai credibilă și are mai multe șanse să fie crezută pe scară largă. Și, cu cât mai mulți oameni o cred, cu atât ea devine mai credibilă; și, cu cât devine mai credibilă, cu atât mai ușor o vor crede și alți oameni. Când păcăleala e crezută de suficient de mulți oameni, ea atinge un fel de masă critică, determinând comportamente și răspunsuri de masă, care o fac să nu se mai deosebească de realitate.

Majoritatea păcălelilor sunt deosebit de absurde din start: extratereștri, monștri, comploturi guvernamentale

din umbră. Asta e și intenția. O păcăleală primește exponențial mai multă atenție dacă e absurdă (iar scopul final al oricărei păcăleli e să atingă masa critică). Mai important, păcălelile exploatează reacția emoțională. Dacă o poveste ți se pare înfricoșătoare, șocantă, supărătoare, dezgustătoare, isterică, încântătoare sau cumva provocatoare, atunci e mult mai probabil c-o s-o asculți până la capăt și, *încă și mai probabil*, c-ai s-o repeți.

Și, oricât de contraintuitiv ar suna asta, e mult mai probabil s-o crezi.

Ca și în cazul „minciunii colosale", factorul absurdității acționează, de fapt, în favoarea păcălelii. În cazul ăsta, nu pentru că am crede cu toții în realitatea obiectivă, ci pentru că o minciună care generează o reacție emoțională extremă rezonează într-un fel diferit de minciuna care nu generează o astfel de reacție. O minciună care te face să simți ceva cu mare intensitate – fie că e încântare, revoltă sau teamă – este pur și simplu mai adictivă și mai convingătoare decât orice alt fel de minciună. Intensitatea sentimentului pe care o generează în ascultător creează o nevoie la fel de puternică de a asculta continuarea minciunii – și de a i-o spune și altcuiva.

În plus, cui nu-i plac documentarele despre căutarea lui Bigfoot? Păcălelile sunt distractive! Cu excepția celor care nu sunt. De exemplu, aceea din seara zilei de 16 ianuarie 1926, când milioane de cetățeni britanici ascultau postul de radio BBC, care transmitea un discurs de la Edinburgh. Pe la mijlocul speech-ului, transmisia a fost întreruptă de un breaking news din Londra. Relatarea alarmantă anunța un val de distrugeri și violențe care se propaga rapid. O gloată uriașă compusă din cetățeni rămași șomeri se revoltase în Trafalgar Square. Pe măsură ce oamenii ascultau, relatarea continua, tonul escaladând de la alarmant la terifiant, întrucât martorii descriau

devastările: înarmată cu mortiere (în esență, niște grenade), mulțimea distrugea Parlamentul, cu tot cu celebrul său turn, înalt de 97,50 metri, în vreme ce clopotul din metal, Big Ben, în greutate de 9 tone, se prăbușise în Tamisa.

În timp ce ascultătorii din întreaga țară ascultau îngroziți, încercând să înțeleagă ce auzeau, corespondentul BBC, sunând, la rândul lui, terifiat, a anunțat că domnul Wurtherspoon, ministrul transporturilor, tocmai fusese văzut și prins de mulțime, când încerca să scape din ceea ce mai rămăsese din clădirea Parlamentului. Corespondentul transmitea în timp real că ministrul Wurtherspoon fusese târât de protestatari și că *„fusese spânzurat de un felinar din Vauxhall – Aici Londra! – Zgomotul pe care tocmai l-ați auzit este hotelul Savoy care tocmai a fost aruncat în aer de mulțimea furioasă"*.[1]

Întreaga țară a intrat în panică. Străzile au fost invadate, liniile telefonice au fost blocate și la fel și gările, oamenii au cerut ca marina să fie trimisă pe Tamisa, ca să oprească rebeliunea și să pună capăt distrugerilor. Dar, în ciuda cererilor disperate, tuturor li s-a spus că nimeni nu avea să le sară în ajutor.

Nimeni nu avea să vină, fiindcă nimic nu era adevărat.

În Londra nu se întâmplase de fapt nimic; totul nu fusese decât o „piesă de teatru radiofonic", în esență o păcăleală, care fusese precedată de un disclaimer, ușor de trecut cu vederea. Acum era însă prea târziu pentru ca masele isterizate să mai fie convinse. Declarațiile guvernamentale, anunțurile repetate ale BBC-ului cu privire la natura reală a programului, știrile din Londra care arătau că totul era în regulă – indiferent cât de apăsată a fost negarea răzmeriței, oamenii n-au mai crezut adevărul. Oamenii au refuzat să accepte asigurările date de guvern că nu se întâmplase nimic, așa cum au

refuzat să accepte și explicațiile și scuzele BBC-ului chiar și după ce au ascultat reluări ale disclaimerului [2].

Departe de a fi liniștite de dezmințirile oficiale și de declarațiile inverse, gloatele înnebunite au devenit și mai derutate – și mai înfuriate – de relatările care se băteau cap în cap. Au trecut mai multe *zile* până când majoritatea oamenilor au acceptat că întreaga transmisiune fusese doar „un burlesc"[3]. În fond, auziseră totul la știri.

Povestea asta vă sună familiar? Sunt convinsă că da.

În ciuda faptului că episodul botezat „The Riot Panic", generat de BBC în 1926, i-a făcut pe englezii creduli să devină ținta ironiilor americanilor timp de mai multe luni, americanii, la rândul lor, au căzut în plasa unei păcăleli aproape identice – la o scară mai mare și mai extraterestră – după doar doisprezece ani. Și, așa cum publicul britanic a avut nevoie de mai multe zile ca să se liniștească după ce auzise acea ficțiune înfricoșătoare la știrile radiofonice, nici americanii nu s-au lăsat convinși de comunicate și de retractări (și nici măcar de amintirea acelui incident ridiculizat pe scară largă), când au auzit o transmisiune radio aproape identic concepută, în cadrul căreia se susținea că New Jersey-ul, nu Londra, era distrus – de data asta, de „oameni de pe Marte".

RĂZBOIUL LUMILOR

În 1938, în noaptea dinaintea Halloweenului, Pământul a fost atacat de marțieni[4]. La momentul respectiv, majoritatea publicului asculta foarte populara emisiune *The Chase and Sanborn Hour*, cu Edgar Bergen și Charlie McCarthy. Cei mai mulți au auzit știrea despre atac când radioul a introdus o pauză îndelungată, cu o melodie plicticoasă. Atunci ascultătorii agasați au început să mute pe alte

posturi. Iar ceea ce au auzit când au acordat radiourile pe cealaltă frecvență a fost ceva de genul:

> „Explozie de lumină! Se spune că un meteorit a aterizat lângă Grover's Mill, în New Jersey... O mie cinci sute de oameni omorâți... Nu, nu e un meteorit – e un cilindru metalic zburător... Un gaz otrăvitor acoperă New Jersey-ul... Invadatorii zboară pe deasupra națiunii și aruncă o ploaie de bombe..."

Speakerul CBS a demonstrat semnificativ mai multă emoție și o panică mult mai evidentă decât omologul lui de la BBC, cu doar puțin mai mult de zece ani înainte. A introdus o mulțime de *„Vai, DOAMNE!"* și de *„Ăsta e sfârșitul!"* și de *„Dumnezeu să ne ajute pe toți!"* și ați priceput cum au stat lucrurile. Oamenii și-au pierdut capul cu mult înainte ca emisiunea de o oră să se încheie – asta dacă au mai așteptat până atunci. Majoritatea probabil că au abandonat undeva, pe la replica *„Marțienii folosesc raze ale morții!"*[5].

Mercury Theatre on the Air era o emisie săptămânală de teatru radiofonic, puțin cunoscută, semnată de Orson Welles[6]. De obicei, transmisiunile erau mult mai clasice, dar, de data asta, Welles s-a gândit c-ar fi fost foarte amuzant să difuzeze o adaptare după clasicul roman SF al lui H.G. Welles, *Războiul lumilor*, în care e vorba despre o invazie neașteptată și letală a marțienilor, invazie care începe în New Jersey și progresează rapid, decimând întreaga lume.

Versiunea de scenariu folosită de Orson Welles fusese adaptată sub forma unei serii de transmisiuni de știri din ce în ce mai disperate și mai terifiante, serie difuzată pe parcursul unei ore[7]. Majoritatea ascultătorilor nu au auzit – sau apoi l-au uitat – disclaimerul scurt al lui Welles, prin care era anunțat că pe parcursul următoarei ore avea să fie

difuzată o piesă[8]. Așa că oamenii au crezut că tot ce auzeau erau știri adevărate.

Și și-au pierdut mințile.

Personal, consider că nu există aproape nimic care să nu fie amuzant în propoziția „Marțienii folosesc raze ale morții!". Astea fiind spuse, iată și câteva detalii mai puțin amuzante: în America, când se panichează, oamenii pun imediat mâna pe arme. Așa că au urmat răzmerițe și jafuri. Accidentele au proliferat. Spitalele s-au umplut cu răniți sau cu oameni uciși de alți oameni, cu persoane isterizate, șocate, care suferiseră atacuri de cord sau cerebrale – și care literalmente înțepeniseră de frică –, și chiar și cu oameni care încercaseră să se sinucidă doar ca să nu fie capturați sau uciși de marțieni. În San Francisco, lumea a năvălit în bazele militare, vrând să lupte. În Birmingham, oamenii au dat buzna în biserici, convinși că venise sfârșitul lumii. O femeie din Indiana a intrat într-o biserică strigând: „New Yorkul e distrus – e sfârșitul lumii! Mai bine duceți-vă acasă, să muriți. Tocmai am auzit știrea la radio!"[9] Indubitabil că unii chiar așa au procedat. Un bărbat din Pittsburg a ajuns acasă la timp ca să-și oprească soția să ingereze otravă de șobolani. Femeia i-a spus printre lacrimi: „Mai bine mor așa, decât să mă omoare ei!"[10]

Încă vi se mai pare amuzant?

După o oră, când transmisiunea cu piesa s-a încheiat și a fost reluat programul obișnuit, lumea a devenit mai nelămurită. CBS-ul a fost inundat cu apeluri telefonice înspăimântate, incoerente și, finalmente, înfuriate, prin care lumea cerea explicații. Poliția s-a prezentat imediat la studioul unde se înregistra programul *Orson Welles' Mercury Theatre*. I-au plasat în regim de custodie de protecție pe toți actorii, pe toți cei din echipa tehnică și pe oricine altcineva care fusese în vreun fel asociat cu piesa de teatru, până când ordinea avea să fie restabilită, iar dimensiunile

dezastrului aveau să fie evaluate. Deși în cea mai mare măsură isteria s-a stins până la finele zilei următoare, lumea era atât de furioasă, încât Orson Welles a primit mai multe amenințări și, temporar, a fost nevoit să se ascundă[11].

FAKE NEWS-URILE ȘI CONSECINȚELE REALE

O păcăleală radiofonică asemănătoare a fost pusă în operă cam în același fel în Quito, în Ecuador[12]. Deși a afectat mai puțină lume, panica stârnită a fost mult mai mare. Ascultătorii isterizați au inundat străzile. Când au aflat că fuseseră păcăliți, s-au înfuriat peste măsură. S-au răzvrătit și au dat foc clădirii postului de radio și redacției. Pentru reinstaurarea liniștii, s-a făcut apel la armată, dar, cu mult înainte de sosirea trupelor, oamenii furibunzi reușiseră deja să distrugă o parte din oraș, inclusiv unica lor sursă de transmitere și de receptare de știri și de informații. Mai grav chiar decât distrugerile masive de proprietăți a fost faptul că *douăzeci și una* de persoane au fost ucise, inclusiv șase dintre participanții la piesa radiofonică[13].

Prin urmare, cât de reală e o răzmeriță, dacă ea se bazează pe o minciună? Cât de real e un atac de cord sau cât de reală e o sinucidere? Informațiile false care duc la acțiuni reale nu pot să mai fie evaluate doar în alb și negru. Dacă lumea a crezut că a avut loc o invazie a extratereștrilor și, ca urmare, tu ai fost împușcat de un vecin în timpul nopții sau te-ai răsturnat cu mașina, încercând să fugi din oraș – dacă ai fost atât de îngrozit, încât ai făcut comoție cerebrală –, atunci probabil că nu contează că niciuna dintre informațiile inițiale nu au fost *realmente* reale. Ele au fost *suficient de reale*.

Problema cu păcălelile nu e că oamenii cred într-o poveste – problema e acțiunea care tratează povestea ca și

când ar fi reală, pentru că ea generează multe consecințe identice cu cele care ar fi fost generate dacă povestea ar fi fost într-adevăr reală.

În 1898, patru reporteri din Denver, Jack Tourney, Al Stevens, Hal Wilshire și John Lewis – fiecare de la un alt ziar –, au mers într-un bar, s-au îmbătat bine și au inventat o poveste[14]. Cu toții au susținut, fiecare în ziarul lui, că au întâlnit o echipă formată din patru ingineri americani, care se îndrepta către China (oprindu-se, dintr-un motiv necunoscut, în Denver). Reporterii au relatat că inginerii respectivi le spuseseră că fuseseră angajați să distrugă Marele Zid Chinezesc, la solicitarea Chinei. Pasămite, acțiunea era făcută ca un semn de bunăvoință și ca o invitație la inițierea relațiilor comerciale între cele două țări.

Aceasta a fost o păcăleală cu mai multe persoane. Toți cei patru reporteri au căzut de acord să livreze aceeași poveste născocită, cu mici variațiuni, și s-au asigurat că ea avea să fie publicată. Oricine ar fi avut vreo bănuială sau s-ar fi întrebat dacă nu cumva era o glumă putea să vadă că alte două-trei publicații tipăriseră aceeași poveste – ceea ce îi confirma validitatea.

Ziarul *The Denver Times* a trâmbițat în articolul său de fond că „Marele zid chinezesc e sortit pieirii! Pekingul caută relațiile comerciale cu tot globul!". Inițial, povestea a fost uitată repede de publicul din Denver, iar știrea ar fi putut să dispară fără urmă. Din nefericire însă, ea a fost preluată de alte câteva publicații și a devenit virală[15]. Știrile virale nu sunt, de fapt, apanajul internetului; poveștile (mai ales păcălelile) au devenit virale încă de când tiparul a ajuns omniprezent. Pe vreme aia, ziarele obișnuiau să tipărească adesea povești întregi din alte ziare, povești care apoi erau preluate și retipărite exponențial.

Câteva săptămâni mai târziu, un important ziar de pe Coasta de Est a publicat un întreg supliment duminical

dedicat falsei distrugeri a Marelui Zid Chinezesc, incluzând și ilustrații elaborate și alte informații despre planul istoric al guvernului chinez de a pune capăt politicii sale izolaționiste. Redactorii au adăugat chiar și niște citate false, inventate de ei, care ar fi reprezentat declarațiile unui chinez aflat în vizită în New York și care confirmau întreaga poveste[16]. Știm că respectivele citate au fost false, pentru că știm că toată povestea a fost inventată – dar nu e clar dacă reporterii care au falsificat citatele știau și ei asta. Adesea minciunile se amplifică pe principiul bulgărelui de zăpadă, pentru că fiecare persoană care crede sincer în povestea aflată o mai înflorește cu detalii născocite de ea însăși.

Pentru că acesta era un ziar respectat și pentru că povestea fusese prezentată atât de eficient, ea s-a răspândit rapid și în Europa. A luat viteză, așa cum se întâmplă cu toate poveștile virale, și a ajuns și în Asia și, bineînțeles, finalmente și în China, acolo unde spiritele politice erau și-așa destul de înfierbântate.

Toate astea se întâmplau în epoca expansionismului vestic (colonialismul) – în exact același an, 1899, în care Marea Britanie a obținut concesionarea pe nouăzeci și nouă de ani a unor teritorii chinezești din jurul Hong Kongului, care fusese capturat anterior. Invadatori, colonialiști sau oameni de afaceri – în funcție de perspectiva interlocutorului –, francezi, nemți și englezi luaseră cu forța sau concesionaseră – din nou, depinde de perspectivă – mai multe insule, porturi sau teritorii chineze. Unele au fost transformate în colonii; altele, în baze militare. Ca reacție la toate astea, vehemenții naționaliști anticreștini și antioccidentali numiți Boxerii au început să organizeze campanii pentru alungarea tuturor străinilor din China.

Pentru ca situația să fie și mai gravă, aceleași importante ziare americane ceruseră cu îndârjire, ani de-a rândul, accesul pe piața chineză, insistând pe nevoia de a elimina

„zidul chinezesc al tarifelor și al protecționismului". (De fapt, și acum cer același lucru, căci nu mai târziu de 2012 revista *Forbes* a publicat un articol intitulat „Dărâmați acest zid – Zidul Chinezesc al tarifelor".)[17]

Condițiile preexistente pentru un dezastru clocoteau deja, dar, când s-a aflat în China că Marele Zid avea să fie dărâmat de americani ca o invitație la comerțul cu străinătatea, situația cu siguranță că nu s-a îmbunătățit. E foarte posibil ca aceste două știri separate – că Marele Zid avea să fie dărâmat de americanii care voiau să inițieze relații comerciale cu China și că americanii cereau eliminarea zidului tarifelor și a protecționismului instituit de China, pentru a facilita comerțul –, una literală și amenințătoare, cealaltă metaforică și doar cu un aer de superioritate, să se fi contopit și să fi devenit și mai neclare până când au ajuns la urechile chinezilor, care deja erau mai mult decât furioși.

De fapt, mai târziu s-a susținut că această ficțiune, care fusese inventată în cealaltă parte a lumii, de un grup de amici ieșiți la o băută, a ajutat la catalizarea furiei chinezilor, îndemnându-i la acțiune și contribuind la Revolta Boxerilor. Ca oricare altă păcăleală, și această dezinformare convingătoare nu a putut să fie demontată de aflarea adevărului: conform unei relatări din 1939, care se referea la o conferință susținută de episcopul Henry Warren, după întoarcerea din China, „povestea a fost publicată cu titluri alarmiste și cu comentarii editoriale violente. Dezmințirile au fost inutile. Deja ațâțați, Boxerii au crezut povestea și nu au mai putut să fie opriți. Asta a fost picătura care a umplut paharul. S-a dezlănțuit un adevărat iad, care a îngrozit lumea întreagă. Și toate astea au fost declanșate de o poveste senzațională, dar neadevărată."[18]

Sursa poveștii nu a fost greu de identificat, dar cei patru reporteri din Denver se puseseră la adăpost apelând

la ceea ce nu s-ar putea numi altfel decât o metapăcăleală: au pretins că ei fuseseră păcăliți de patru străini care trecuseră prin orașul lor, susținând că erau ingineri. În realitate, reporterii inventaseră atât povestea, cât și alibiurile: în seara dinaintea publicării poveștii merseseră la hotelul Windsor din Denver și falsificaseră registrul cu patru cazări de o noapte, pe numele celor patru oaspeți născociți. Reușiseră de asemenea să-l convingă pe recepționerul din acea noapte să declare, în caz c-avea să fie întrebat, că oaspeții fuseseră reali și că-i auzise spunând că urmau să plece în California a doua zi dimineață. Odată păcăleala organizată, cei Patru Călăreți ai acestei Apocalipse merseseră să sărbătorească evenimentul cu și mai multă băutură[19].

Rămâne un mister de ce reporterii în cauză au născocit această păcăleală. Nu se poate să fi crezut c-aveau să fie promovați, căci, în cel mai bun caz, la aflarea adevărului, că Marele Zid nu urma sub nicio formă să fie dărâmat, aveau să pară pur și simplu incompetenți. Iar în cel mai rău caz aveau să fie demascați ca escroci. Gestul lor a fost realmente ilogic. Pe de altă parte, toți fuseseră foarte beți. Și juraseră să nu spună niciodată adevărata poveste, atât timp cât restul mai erau încă în viață. O idee bună (de altfel, aparent, și singura), având în vedere că farsa lor a fost mai târziu blamată pentru că a declanșat o revoltă (care însă probabil că oricum ar fi fost inevitabilă). Doar după mai multe decenii, ultimul supraviețuitor dintre cei patru ziariști, Hal Wilshire, a mărturisit, în cele din urmă, adevărul despre povestea pe care o inventase cu colegii lui și care făcuse atât de mult rău.

Indiferent dacă ei au incitat-o sau doar au exacerbat-o, Revolta Boxerilor din 1900 a fost un dezastru violent și destabilizator, care a grăbit prăbușirea dinastiei Qing. Revolta Boxerilor a avut consecințe pe termen lung atât în China, cât și în străinătate, afectând serios și permanent

relațiile dintre China și numeroase alte țări occidentale. Deci a fost o chestie foarte importantă!

Ceea ce vreau să spun cu povestea mea nu e că ziariștii erau beți, deși erau, și nici că un singur fake news publicat în mai multe ziare locale din Denver se poate să fi modificat radical cursul istoriei Chinei din secolul XX, deși exact asta a făcut. Ceea ce vreau să spun e că revolta s-a petrecut *ca și când știrea ar fi fost adevărată*. Cauza a fost fictivă, dar efectul a fost același cu al unei cauze reale. Cu alte cuvinte, realitatea e circumstanțială. La nivel macro, contează mai puțin dacă un lucru e sau nu real. Ceea ce contează e dacă se crede că el e real.

NATURA CONTAGIOASĂ A „REALITĂȚII"

Napoleon spunea că istoria e un set de minciuni în legătură cu care toată lumea a căzut de acord. Pentru că era francez și puțin cam „emo", când spunea asta Napoleon dădea impresia că toți mințim deliberat, fiindcă suntem corupți și goi pe dinăuntru. Dar, lăsând impresia asta la o parte, Napoleon avea dreptate. Nu pentru că nimănui nu-i pasă ce e adevărat și ce nu – ci pentru că, odată acceptată, o minciună e aproape imposibil să nu mai fie crezută.

Luați, de exemplu, istoria căzii de baie.

În 1917, H.L. Mencken a publicat în ziarul *The New York Evening Mail* un articol intitulat „O aniversare neglijată"[20]. Textul era o istorie satirică a rolului căzii de baie în viața americanilor și fusese scris pentru a marca cea de-a șaptezeci și cincea aniversare a primei căzi de baie din țara noastră – cadă care, pretindea el, fusese cumpărată de un individ pe nume Adam Thompson și instalată în Cincinnati, Ohio, pe 20 decembrie 1842. Cada imaginară era căptușită cu plumb și cântărea 794 de kilograme.

Toți cei care au citit povestea lui Mencken au acceptat-o ca fapt real. Și au crezut cele relatate, pentru că *The New York Evening Mail* era un ziar de încredere, cu o bună reputație; pentru că Mencken era un ziarist respectat; pentru că articolul era extrem de plicticos, plin cu detalii despre o cadă; și, mai presus de orice, pentru că totuși subiectul articolului era atât de stupid, încât n-ar fi avut niciun sens să minți pe tema asta.

Dar Mencken *chiar mințise* și nu doar că inventase personajul și povestea cu achiziționarea căzii, dar intrase și în cele mai mici detalii fictive cu privire la motivul pentru care Thompson cumpărase obiectul și arătase cât de progresist era acest Thompson. Prezentase, tot detaliat, multitudinea de opinii negative imaginare cu care se confruntase Thompson. Ba chiar Mencken a inventat și critici ostile pronunțate de lumea medicală, de persoane care pasămite ar fi declarat că aceste obiecte, căzile de baie, reprezentau o amenințare la adresa sănătății publice. Ziaristul citase și avertismentul din revista *Western Medical Repository*, că această cadă „moleșește fibra morală a republicii". Scrisese și că în Philadelphia și în Boston se încercase adoptarea unei legi prin care folosirea căzilor de baie să fie interzisă, din motive de sănătate, și că în multe alte state fuseseră instituite taxe speciale, prin care instalarea căzilor să fie descurajată[2].

Mencken inventase și „faptul dovedit" că președintele Millard Fillmore – care credea fără dubiu în beneficiile îmbăierii – era responsabil pentru instalarea primei căzi de baie de la Casa Albă și că, în ciuda opoziției față de aceste obiecte, făcuse prima baie prezidențială. Ziaristul pretinsese pe un ton satiric că „săpuneala" prezidențială fusese un act de curaj politic față de „oponenții care iau ca argument faptul că la Mount Vernon sau la Monticello nu există nicio cadă de baie și că toți ceilalți președinți și mari

oameni de stat din trecut au supraviețuit fără astfel de răsfățuri monarhice"[22]. Mencken a scris că poziția lui Fillmore față de căzi inițiase și era responsabilă pentru moda „băii de sâmbătă seara", devenită o instituție americană.

Mencken a presupus, firește, că povestea era prea absurdă ca să fie luată în serios, dar el a subestimat stupiditatea și credulitatea omului de rând.

Însă de departe cea mai stranie parte a acestei povești foarte, foarte stranii este că istoria căzii de baie a lui Mencken a fost acceptată ca *istoria* legitimă a căzii de baie din Statele Unite ale Americii și a continuat să fie crezută vreme de aproape un secol. Nu pentru că nimeni nu a verificat dacă era adevărată, ci pentru că, de atunci înainte, nimeni nu l-a *crezut* pe Mencken când el însuși a insistat că povestea nu era adevărată.

Mai târziu, Mencken și-a descris singur povestea ca „o împletitură de absurdități, toate deliberate și evidente". În 1926, după doar opt ani, istoria căzii de baie ajunsese deja să fie atât de bine înrădăcinată în conștiința publică, încât jurnalistul s-a simțit obligat să declare public că „istoria căzii de baie, publicată de mine pe 28 decembrie 1917, a fost o pură invenție. Dacă au existat cumva și niște elemente reale, ele s-au strecurat în poveste accidental și împotriva dorinței mele. Dar, în prezent, această poveste apare în enciclopedii. Istoria, a spus un mare înțelept american, e o minciună."[23]

Mencken s-a referit la această poveste ca fiind o păcăleală, pretinzând că „motivul meu a fost doar să ofer un motiv nevinovat de amuzament în vremurile acelea de război. Nici nu mi-a trecut prin minte că textul avea să fie luat în serios"[24]. Dar *chiar a fost luat în serios*... vreme de aproape un secol. De fapt, dacă faceți câteva săpături, puteți să găsiți numeroase ziare și reviste care citează articolul satiric al lui Mencken ca material-sursă. Această „istorie" –

și relația ei cu evoluția sectorului de sănătate publică din America – a fost predată, ani de-a rândul, de un profesor de la Harvard[25]. Cel mai tulburător este însă că, în anii 1950, John Hersey a scris că, deși fusese avertizat cu privire la natura satirică a poveștii, președintele Truman „a părut să refuze să renunțe la convingerea sa" că Millard Fillmore fusese cel care instalase prima cadă de baie din Casa Albă, în 1850. Ori de câte ori făcea un tur de prezentare a Casei Albe, președintele Truman – tipul care decis folosirea bombelor atomice; gândiți-vă puțin la asta! – insista să le repete distinșilor săi oaspeți „împletitura de absurdități" a lui Mencken, prezentând-o ca realitate[26]. Chiar și în 1990, la o emisiune de știri din New York s-a vorbit despre cea de-a o sută patruzecea aniversare a căzii de baie a lui Fillmore, iar în 2001 *Washington Post* a folosit aceleași date într-un articol pe care ulterior a fost nevoit să-l retracteze[27].

Istoria așa-zisei istorii a lui Mencken demonstrează literalmente că Napoleon (și Henry Ford) a avut dreptate. Istoria este orice cădem de acord că este. Odată ce suficient de mulți oameni le repetă, minciunile încep să capete greutatea adevărului. Minciunile devin, pur și simplu, „cultură generală", „informații" repetate deopotrivă de președinți de stat și de profesori de la Harvard.

Fenomenul acesta are chiar și un nume: „efectul adevărului iluzoriu".

Pe lângă că ar fi un nume *cool* pentru o trupă muzicală, „efectul adevărului iluzoriu" este ceea ce transformă istorioarele transmise din gură-n gură în înțelepciuni general acceptate. Creierul nostru jonglează cu multe euristici mentale – scurtături ca aceea care anticipează mișcarea bilei de cauciuc înainte ca mișcarea propriu-zisă să fie percepută – și, în majoritatea timpului, ele sunt utile.

Dar, când nu sunt utile, *chiar că nu sunt utile.*

O euristică utilă, care ne ajută să învățăm și să reținem diverse lucruri, este „efectul simplei expuneri", care combină familiaritatea cu adevărul. De exemplu: nu ai nevoie de un document oficial ca să fii de acord cu afirmația că „Luna e mai mică decât Soarele". Ai auzit asta de atâtea ori, încât creierul tău procesează această informație *mai rapid* decât o afirmație nouă.

Dar, la rândul ei, mintea tratează însăși viteza cu care ea confirmă existența unui fapt ca pe o confirmare *suplimentară* a acelui fapt. În esență, cu cât auzi mai des ceva – oricât de absurd, de dăunător sau de banal ar fi acel lucru –, cu atât el îți devine mai familiar. Odată cu această familiaritate apare și o încredere falsă în *autenticitatea* unui lucru. Efectul simplei expuneri te face *să simți* că minciuna pe care o auzi e adevărată, la nivel neurologic, în esență reconfirmând că asta se întâmplă doar pentru că ai mai auzit vorbindu-se despre el și altă dată[28].

Ceea ce e deja alarmant – dar situația devine și mai gravă. E ca și cum ai vrea să sapi un șanț într-o cărare bine bătătorită: faptele și ideile familiare devin și mai înrădăcinate de fiecare dată când te confrunți cu ele. Un studiu publicat în 2002 de psihologul Colleen Seifert, de la Universitatea din Michigan, arată că, atunci când oamenilor li se prezintă dovezi că informațiile la care au fost expuși de nenumărate ori sunt, de fapt, factual neadevărate, încercările de a respinge informațiile *nu fac decât să le întărească și mai mult credința*[29].

Iată un exemplu: închipuiți-vă o știre în care se pretinde că, în secret, Meryl Streep a fost întotdeauna bărbat, dar că nimeni nu și-a dat seama de asta până acum (fiindcă Streep e o actriță *atât* de bună). Să presupunem că știrea asta devine virală – ceea ce chiar s-ar întâmpla –, iar voi sunteți expuși la ea iar și iar și iar. Oricât de stupidă vi s-ar fi părut prima dată, prin repetiție ea ar căpăta iluzia adevărului. Ați începe s-o *simțiți adevărată*. Iar când povestea

ar fi dezmințită de toate sursele credibile de știri și de persoanele cu acces la Twitter, ceva și mai ciudat s-ar întâmpla: insistența repetitivă implicată *în dezmințirile în sine* ar cimenta și mai mult în mintea voastră minciuna inițială.

De fiecare dată când veți citi titluri precum „În ciuda știrilor virale, actrița Meryl Streep nu a fost niciodată bărbat" sau „Certificatul de naștere al lui Meryl Streep dovedește că nu a fost niciodată bărbat" sau „Știrea că Meryl Streep este bărbat e falsă", e posibil ca, *la nivel conștient*, să acceptați noua versiune a poveștii, dar la un nivel mai profund singurele concepte-cheie la care creierul nu va renunța vor fi *„Meryl Streep, în secret"* și *„bărbat"*.

Chiar dacă e retractată sau corectată, informația continuă să exercite o influență inconștientă asupra puterii voastre de a judeca și de a lua hotărâri. Cu alte cuvinte, cu toate că știți că nu e adevărat, următoarea dată când o veți vedea pe Meryl Streep pe ecran vă veți uita după un măr al lui Adam proeminent.

BREAKING NEWS – PROBABIL PERMANENT

În 2013, Animal Planet a difuzat un documentar lung, fascinant și extrem de detaliat. El se numea *Sirenele: Trupul găsit* și a fost promovat intens, vreme de săptămâni bune. Documentarul nu avea nimic ieșit din comun sau extravagant, în afara premisei de bază: că sirenele sunt reale.

În acest expozeu/documentar, sirenele nu erau prezentate ca niște doamne sexy, cu cozi de pește, ci ca niște mamifere acvatice aproape imposibil de recunoscut, evoluate, în urmă cu milioane de ani, din hominizii timpurii de pe uscat, din zonele de coastă, la fel cum balenele și delfinii se știe că au evoluat din canide timpurii din zone costiere. Deci filmul venea cu o ipoteză surprinzătoare, dar nu

lipsită de un precedent biologic. Falsul documentar era detaliat și extrem de convingător. Arăta actori stângaci și neatrăgători, care jucau rolurile oamenilor de știință de la NOAA (National Oceanic and Atmospheric Administration) și făcea referiri la fapte reale, la locuri reale și la numeroase idei științifice (dovedite). Era de-a dreptul uimitor. Dar, evident, și o aberație totală.

N-am nicio problemă să recunosc că și eu am căzut în capcana acestui film.

Pe de altă parte, am fost, pentru prima dată, parte din majoritate. Pentru că *toată lumea* s-a lăsat păcălită de film. S-a vorbit despre el peste tot, pe rețelele sociale și la știri. Tot felul de vedete și (mai jenant chiar) câțiva lideri mondiali și unii intelectuali de marcă au scris despre el pe Twitter. Săptămâni de-a rândul, ziarele și revistele au negat teoriile respective, inclusiv după ce postul de televiziune a recunoscut public că documentarul era o ficțiune. Publicații ca *Slate* au rulat articol după articol în care au spus că filmul e o păcăleală, recurgând la titluri clare, de genul „Nu, sirenele nu există"[30].

În cele din urmă, Animal Planet a fost nevoit să transmită un mesaj de scuze; apelase la același tip de disclaimer greu de sesizat, scris cu litere foarte mici, care apăruse preț de mai puțin de trei secunde, în doar câteva cadre, după încheierea post-creditelor[31]. Iar acest disclaimer nu fusese observat de nimeni. Lumea crezuse că urmărea cel mai minunat expozeu științific din toate timpurile. Animal Planet a încercat să pretindă că intenția postului fusese doar aceea de a oferi un produs de entertainment – ceea ce însă, în acest caz, e greu de crezut. Animal Planet nu e cunoscut ca un post de televiziune care să difuzeze produse de ficțiune. Dar, ca persoană care recunoaște fără problemele că am fost (de mai multe ori) cu barca pe Loch Ness, în speranța c-o să văd monstrul, vizionând acest fals documentar am fost absolut încântată.

Toată lumea are o slăbiciune pentru câte o versiune a poveștilor din categoria „trebuia să știi că-i o tâmpenie". Unii oameni sunt pariori, genul care nu pot să treacă liniștiți pe lângă o masă cu cărți de joc sau pe lângă o schemă piramidală, deși știu cum funcționează ambele. Alți oameni au o credință autentică și simt nevoia disperată să primească asigurări reconfortante venite pe calea oricărei narațiuni paliative, indiferent cât de bizar ar suna ea – de la istorioarele rulate de cultele sectante până la cele pedalate de Goop. Unii oameni vor crede întotdeauna cele mai tulburătoare știri pe care le aud, în timp ce alții nu pot să se abțină să nu cadă în capcana celor mai noi panacee miraculoase. Și nu am întâlnit niciodată vreo păcăleală care să nu-mi inflameze și mie imaginația. Chiar dacă știu că aproape sigur e vorba de un rahat, sunt incapabilă să rezist în fața unei povești incredibile sau a unei teorii conspiraționiste nebunești.

Știu că documentarul de pe Animal Planet a fost complet fals. Totuși, deși știu că a fost o păcăleală, continui *să simt* că sirenele sunt *probabil* reale. Și asta nu pentru că multe dintre argumentele științifice erau credibile – deși concluziile nu sunt încă dovedite (chiar dacă ăsta e un motiv mai bun și probabil c-ar trebui să încep să-l folosesc). S-ar părea că, la fel ca Harry Truman, pur și simplu „nu vreau să renunț la convingerea mea", în ciuda tuturor dezmințirilor.

Adevărul e că eu vreau să cred în ideea asta – indiferent dacă ea e sau nu adevărată.

Și, chiar dacă nu e treaba nimănui în ce prostie îmi place mie să cred, faptul că *vreau* să cred într-o poveste, *indiferent dacă ea e sau nu adevărată*, reprezintă un element important din procesul de acceptare a păcălelilor. Întrebați-vă: de ce ar vrea cineva să creadă într-un lucru care e demonstrabil fals? Singurul răspuns plauzibil este că

persoana respectivă are interesul să creadă în acel lucru. Și motivul mai puțin evident? Adesea, interesul respectiv e exclusiv de natură emoțională. Lăsând la o parte efectul simplei expuneri, oamenii vor adera incontrolabil la lucruri care știu că au fost demonstrate ca false, atât timp cât lucrurile acelea vor continua să le genereze emoții intense.

Or, exact asta sunt concepute păcălelile să facă – să genereze emoții intense. Și apoi nu e nimic rău în faptul că eu mă agăț cu îndârjire de credința mea personală în monștri marini sau în faptul că Truman continua să debiteze cu bună-știință informații false despre istoria căzii lui de baie. Dar, de la revoltele din China și până la sinuciderile din New Jersey, păcălelile sunt o categorie de minciuni care niciodată – prin definiție – nu rămân la scară personală. Odată ce suficient de multe credințe individuale ating masa critică, așa cum am spus anterior, ele modifică realitatea *tuturor*.

Să luăm, de exemplu, alegerile din 2016. Conform unui studiu recent din Ohio State, e probabil că fake news-urile i-au adus președinția lui Trump. Studiul acesta, ai cărui autori sunt Richard Gunther, Paul A. Beck și Erik C. Nisbet[32], reprezintă una dintre primele analize ale efectului pe care fake news-urile l-au avut asupra prezenței la vot și asupra opțiunilor. Lucrarea arată că în jur de 4% dintre americanii care au votat pentru Obama în 2012 au fost descurajați să voteze pentru Hillary Clinton în 2016, în mod specific din cauza influenței știrilor înșelătoare.

Ca să colecteze informațiile de care aveau nevoie, cercetătorii au conceput un chestionar cu 281 de întrebări, în care au inserat trei știri complet neadevărate, dar care au fost difuzate pe scară largă în timpul campaniei prezidențiale din 2016. Apoi chestionarul le-a fost distribuit participanților la studiu: 585 de persoane care, în 2012, îl votaseră pe Obama. Primul fake news din 2016 a fost o

poveste repetată frecvent: că Hillary Clinton era „foarte bolnavă din cauza unei afecțiuni grave". Al doilea fake news a fost o relatare falsă despre faptul că papa Francisc l-ar fi susținut pe Trump. Al treilea fake news a fost un expozeu fabricat despre faptul că, pe vremea când era secretar de stat, Clinton ar fi aprobat vânzări de arme către ISIS.

S-a dovedit că aproximativ 25% dintre participanții la studiu au crezut în cel puțin una dintre aceste povești. Din acel grup (cei care au crezut în fake news-uri), doar 45% au mai votat cu Clinton. Restul de 65% l-au trădat pe candidatul democrat din 2016 și fie au votat cu altcineva (inclusiv cu Trump, dar nu numai), fie n-au mai votat deloc. Din procentul de 75% de participanți care n-au crezut în niciunul dintre fake news-uri, 89% au votat cu Clinton.

Conform studiului publicat, cei care în 2012 au votat cu Obama și care au crezut într-una dintre acele păcăleli „au fost de 3,9 ori mai dispuși să trădeze Partidul Democrat în 2016, decât cei care nu au crezut în niciuna dintre poveștile acelea inventate, după ce au luat în considerare toți ceilalți factori implicați"[33].

O idee provocatoare, dar deloc concluzivă. Lumea alege să voteze într-un anume fel dintr-o mulțime de motive. Numele lui Hillary Clinton e inevitabil legat de cel al lui Bill Clinton și nu toți cei care au votat cu Obama în 2012 îl plăceau pe Bill Clinton. Donald Trump e un om foarte înalt – să nu râdeți, pentru că s-a dovedit că înălțimea este un element care influențează încrederea votanților. Locuiește într-o clădire aurie și are o soție sexy. Unii consideră că Hillary Clinton are o voce enervantă. Și, dacă tot vorbim despre ea, unii pur și simplu nu agreează ideea ca președintele țării să fie o femeie. Ați priceput la ce mă refer.

Pentru eliminarea „interferențelor", cercetătorii au folosit analiza regresiei multiple, ca să verifice și alți

factori: lucruri precum sexul, vârsta, rasa, venitul, nivelul de educație, cunoștințele politice și chiar sentimentele personale irațională față de cei doi candidați. La final, au constatat că toate aceste variabile independente combinate explicau 38% din decizia de a abandona un candidat.

Ceea ce nu e deloc puțin!

Încă un segment de 11% a fost reprezentat de cei care au crezut într-una sau în mai multe dintre fake news-uri. Asta pentru că fake news-urile au avut un efect mai mare asupra votanților care nu l-au mai ales pe candidatul democrat decât oricare alt factor individual – în afară de faptul că, pur și simplu, omul era republican convins.

Gunther, Beck și Nisbet au inclus un disclaimer prudent, că „nu putem să dovedim că această credință în fake news-uri i-a determinat pe foștii votanți ai lui Obama să-l abandoneze pe candidatul democrat în 2016", dar au concluzionat că „aceste date sugerează că expunerea la fake news-uri a avut un impact semnificativ asupra deciziilor de vot"[34]. În limbaj academic, asta e cea mai apropiată formă de recunoaștere a cauzalității directe.

Firește însă că tabloul e mult mai amplu – însăși ideea de știre falsă, pe lângă faptul că e complet oximoronică, reprezintă *în sine* o formă de propagandă. Nu pentru că știrile fictive n-ar exista, ci pentru că întregul concept de fake news există pentru a introduce în ecuație dubiile și pentru a ne afecta major capacitatea de a discerne adevărul. Fake news-ul manipulează factorii externi ca să schimbe lumina în care vezi minciuna – și adevărul.

Prin urmare, cum putem să facem diferența între minciună și adevăr? Din păcate, la întrebarea asta nu e ușor de răspuns – în mare măsură din cauza unei piedici simple, dar enorme: ca să separi eficient adevărul de minciuni, în primul rând *trebuie să vrei să faci asta*.

ADORI SĂ FII MINȚIT

La câteva zile după ce Animal Planet a difuzat „documentarul" respectiv, când cineva mi-a spus că totul fusese o păcăleală, nu m-am simțit jenată; am fost dezamăgită. Îmi plăcuse atât de mult să cred în existența sirenelor, încât acum nu eram furioasă pe mincinoșii inițiali – pe cei de la Animal Planet –, ci pe cei care îi demascaseră și pe persoana care mi-a spus adevărul. Ceea ce probabil că sună ciudat. Ar fi fost de așteptat să fiu recunoscătoare pentru că se găsise cineva care să mă lămurească, astfel încât să nu mă mai fac de râs și pe mai departe. Dar eu m-am supărat fiindcă mi se răpise o nouă și incitantă realitate.

Și în acest caz, n-am fost singura care a reacționat așa. De fapt, asta e o reacție surprinzător de des întâlnită, care demonstrează un adevăr interesant și paradoxal despre ființele umane: adorăm să fim mințiți.

Realitatea e banală, iar adevărul e adesea dezamăgitor – și încă și mai adesea e neinteresant. Scandalul și teroarea sunt cel puțin incitante. De-asta există zvonurile, legendele urbane, păcălelile și rețelele sociale: pentru că ne place să fim mințiți. Și oricât de încântătoare sau de îngrozitoare ar fi în esență, cu cât o minciună e mai provocatoare emoțional, cu atât e mai puternică. Nici măcar nu contează dacă o crezi – cu cât ai o reacție mai intensă, cu atât mai mult vrei s-o auzi și simți nevoia s-o repeți și... fără să vrei, s-o transmiți oricărei persoane cu care intri în contact, ca și cum ar fi *un virus real*.

Cunoașteți adagiul „Minciuna parcurge jumătate de glob cât adevărul se încalță"? Ei bine, niște băieți de la MIT au demonstrat că așa e[35]. Conform unui studiu despre Twitter, primul de acest gen, fake news-urile (zvonuri, păcăleli, propagandă) se răspândesc de șase ori mai repede și pe o rază semnificativ mai mare decât știrile reale[36]. Și

înainte să strigați că de vină sunt BOTS, vă spun că băieții de la MIT i-au luat în considerare și au ajustat rezultatele în consecință. Această răspândire ne este atribuibilă nouă, tuturor.

Oamenilor le place să citească minciuni provocatoare și să le transmită mai departe – chiar și când știu că poveștile respective nu sunt adevărate.

Studiul a fost ideea autorului său principal, Soroush Vosoughi, analist de date, care, la vremea atacului cu bombă de la Maratonul din Boston, din 2013, era doctorand. Doctorul Vosoughi a fost profund tulburat de volumul și de fervoarea teoriilor conspiraționiste care au apărut în zilele de după atac, majoritatea fiind legate de un student de la Brown, a cărui dispariție tragică s-a dovedit în cele din urmă că n-a avut nicio legătură cu acel eveniment. „Zvonurile astea nu sunt doar niște chestii amuzante postate pe Twitter", susține Vosoughi, „ci pot să aibă efecte serioase asupra vieții oamenilor și pot să le facă foarte mult rău."[37] Așa s-a hotărât doctorul Vosoughi să-și concentreze studiul pe răspândirea dezinformării pe rețelele sociale.

Împreună cu colegii lui de la MIT Media Lab, el a colectat date ținând de Twitter, care acoperă o perioadă de doisprezece ani, începând cu momentul lansării aplicației, în 2006. Apoi întreaga echipă a selectat datele legate de știri. În cele din urmă, dintre toate tweeturile legate de știri le-au selectat doar pe cele care conțineau știri și date confirmate sau infirmate de șase organizații independente de verificare a datelor, inclusiv Snopes, PolitiFact și Factcheck.org.

Datele obținute în final au conținut 126 000 de știri răspândite de 4,5 milioane de ori de către 3 milioane de persoane. Apoi echipa a urmărit traseul celor 126 000 de povești de-a lungul istoriei de doisprezece ani a Twitter, sperând să afle cum se răspândesc zvonurile și cum se propagă păcălelile.

Ceea ce au descoperit a fost – după cum s-au exprimat ei – „înfricoșător".

Cercetătorii au aflat că „știrile false se răspândesc pe o arie mai largă, circulă mai rapid, pătrund mai adânc și afectează o zonă mult mai amplă decât adevărul, în orice domeniu de informație – cu o forță exponențial mai mare"[38]. Cu alte cuvinte, cu toții credem că minciunile – indiferent de subiectul lor – sunt exponențial mai convingătoare decât adevărul; iar echipa lui Vosoughi a adus cifre concrete care demonstrează cât de mult ne place să fim mințiți.

Datele arată că adevărul a ajuns doar rareori la peste 1 000 de utilizatori de Twitter, în vreme ce minciunile cele mai groaznice și mai sfruntate au ajuns la peste 10 000 de persoane – și, evident, au ajuns la ele mult mai rapid. Ca să ajungă la 1 500 de persoane, tweeturile conținând fake news-uri aveau nevoie de doar a șasea parte din timpul de răspândire al tweeturilor conținând informații corecte – și asta nu pentru că erau share-uite de utilizatori cu o platformă mai mare și nici pentru că ar fi fost disproporționat amplificate de Bots[39].

De fapt, studiul a concluzionat că, spre deosebire de noi, acei Bots răspândeau fake news-urile și știrile reale în același ritm. Pe de altă parte, oamenii nu se mai săturau de minciuni. Oamenii erau mai înclinați – cu 70% mai înclinați – să retransmită tweeturile cu fake news spre deosebire de cele care conțineau informații măcar parțial adevărate.

Studiul a arătat și că acele conturi de Twitter care share-uiau în principal informații corecte aveau mai mulți followeri, dar și că tweeturile cele mai absurde – indiferent de unde proveneau – era mult mai probabil să devină virale[40]. După cum vă amintiți, simpla *expunere* creează în noi o prejudecată de adevăr neconștientizată în raport cu lucrurile familiare și prevalente – miezul oricărui mesaj

propagandistic de succes. Problema cu viralitatea este următoarea: cu cât tweeturile sunt mai îndrăznețe și mai bizare, cu atât mai prevalente și, în final, mai credibile devin.

Adevărat despre minciuni este că ele nu sunt doar contagioase – sunt și aproape imposibil de eliminat din viața omului.

ILUZIA ADEVĂRULUI

The Mercury Theatre on the Air, al lui Orson Welles, ieșise pe post de doar șaptesprezece săptămâni și nu avea nici un sponsor și nici vreun mare viitor, când autorul programului și-a pus în operă păcăleala cu marțienii. Odată ce scandalul public s-a stins, situația lui și a programului s-au schimbat profund și pentru totdeauna[41]. Considerat un geniu, Orson Welles a primit o sponsorizare substanțială de la Campbell's Soup. Audiența programului a crescut spectaculos, iar Welles a început să-și scrie propriile texte, lansându-se mai întâi pe Broadway și, ulterior, ajungând la Hollywood. Welles a păcălit o țară întreagă – probabil intenționat – și a devenit bogat și celebru.

Se pare că lucrul cel mai adevărat în legătură cu fake news-urile este cât de predictibil evoluează în societate.

Imediat după dezastru, Welles a negat intenționalitatea păcălelii și și-a exprimat apăsat propriul șoc și remușcările legate de ceea ce se întâmplase. A insistat cu vehemență că totul fusese o groaznică greșeală; că povestea fusese prea absurdă ca să fie crezută; și că, în plus, la începutul transmisiunii existase un disclaimer. Dar toate astea au fost spuse când oamenii erau încă furioși, stricăciunile materiale erau încă vizibile și sentimentul de groază era în prezent. Mai târziu însă, după înmormântarea victimelor, Welles a început să dea de înțeles că, de fapt, avusese în

intenție să iște toată nebunia. Iar decenii mai târziu, protejat de banii și de puterea cu care îl înzestrase succesul din cinema, chiar s-a lăudat că piesa fusese o lecție deliberată despre pericolul obiceiului de a crede tot ce auzi la știri[42].

Firește că nimeni nu i-a coroborat această deosebit de ciudată (și, sincer, înfiorătoare) flexare a mușchilor – în ciuda faptului că Frank Readick, actorul de voce distribuit în rolul reporterului, căutase și studiase înregistrările transmisiunilor de la dezastrul Hindenburgului, ca să obțină atitudinea reporterului terifiat[43]. Și în ciuda faptului că Welles schimbase ritmul „întreruperilor" în ultima clipă, astfel încât ele să fie cât mai tulburătoare și mai realiste posibil. Ba chiar îi spusese lui Kenneth Delmar, actorul care l-a interpretat pe ministrul de interne (celebru pentru faptul că-l imita perfect pe Franklin Delano Roosevelt), să-și rostească discursul despre eforturile făcute de guvern pentru combaterea invaziei, astfel încât acesta „să sune prezidențial". Delmar s-a conformat, cu toate că, în 1938, posturile mari de radio interziseseră imitarea președintelui, ca să nu-i deruteze sau să-i inducă în eroare pe ascultători. Contrar declarațiilor că habar nu avusese de nimic, CBS fusese complice; primise un draft al scenariului mai devreme, în cursul aceleiași zile. Dovada o reprezintă o solicitare a departamentului juridic al postului, ca în scenariu să fie introdus un membru al cabinetului mai puțin înfricoșător decât cel care figura inițial: ministrul de război[44].

În dimineața următoare a început să curgă cu regrete și cu *mea culpa* publice – inclusiv CBS a trebuit să transmită scuze publice. FCC (Federal Communications Commission) a organizat audieri și a emis mai multe noi reglementări, fără nicio noimă, după care nimeni n-a pățit nimic. Câteva săptămâni mai târziu, ziarele se minunau de „incredibila stupiditate și credulitate" a publicului american, dar editorialista Dorothy Thompson a fost cea care a avut cea mai

interesantă și mai înfricoșător de prescientă opinie. După părerea ei, „nimic din emisie n-a fost câtuși de puțin credibil..." Parțial tocmai din acest motiv a conchis că „domnul Orson Welles și piesa lui au contribuit mult mai mult la înțelegerea hitlerismului, a mussolinismului, a stalinismului, a antisemitismului și a tuturor celorlalte forme de terorism din epoca noastră decât toate cuvintele despre ele care au fost scrise de oameni rezonabili"[45].

Problema cu fake news-urile este că, la fel ca istoria reală, și ele se repetă la infinit.

Dorothy Thompson a înțeles că elementul cel mai periculos al unei păcăleli este natura umană – și micile fisuri pe care le expune și le exploatează. Adevărul pe care bărbații aceia reprobabili îl știau, pe care Dorothy Thompson îl știa, pe care Orson Welles îl știa este un adevăr pe care și noi, cu toții, îl știm, dar pe care în mod constant refuzăm să-l credem: că *adorăm să fim mințiți* și că, în final, câștigătoare iese povestea cea mai bună. Lumea se va lăsa oricând prinsă în mrejele emoționante ale unei narațiuni care nu e limitată de realitate, iar când ficțiunea generează acțiuni cu consecințe pe termen lung, nu mai contează dacă ea a fost vreodată adevărată. Ceea ce contează este că evenimentele dimprejurul ei se desfășoară ca și când ficțiunea ar fi adevărată.

„Fake news" e doar un nume nou pentru o escrocherie veche.

8

CUM SĂ CÂȘTIGI UN BAN

Informații adevărate despre lucruri false

„În viață, oamenii sunt cel mai dureros amăgiți de propriile lor păreri."

LEONARDO DA VINCI

„Ai mai crede în ceea ce crezi dacă tu ai fi singurul care ar crede în asta?"

KANYE WEST

FALSIFICĂRI

Asta e cea mai simplă escrocherie, dar cea care necesită cel mai mult talent – nu trebuie să faci altceva decât să creezi o copie suficient de convingătoare a unui obiect, astfel încât el să treacă drept original. Orice obiect care are o anume valoare sau conferă autoritate poate să fie falsificat: acte de identitate, documente de certificare, contracte,

bani, lucrări de artă, relicve religioase. Fie că este vorba despre o insignă FBI, despre o capodoperă renascentistă sau despre o bancnotă falsă de 100 de dolari, atât timp cât toate sunt considerate autentice, falsurile funcționează la fel ca originalele.

FAKING IT

Adevăr dovedit: omul poate să falsifice literalmente orice – documente, bani, obiecte de artă, bijuterii neprețuite sau obiecte religioase sacre. Poți să falsifici chiar și oameni – asta se numește furt de identitate. Poți să faci asta pentru că un obiect contrafăcut este doar o copie suficient de fidelă, ca să fie convingătoare, a ceva – sau și mai bine – *imposibil de deosebit* de original. Pentru oricine crede că obiectul falsificat e autentic, el va avea aceeași valoare, aceeași putere sau același efect ca originalul – ceea ce arată că valoarea, autoritatea sau efectul unui obiect nu vin de la el, ci *derivă de la cel care crede în el.*

Lucrurile sunt așa cum sunt pentru că noi credem în ele, *nu* invers. Așadar ce anume face un obiect să fie real?

Cel mai vechi fals autentificat este o tabletă sumeriană de lut din mileniul al III-lea î.e.n., o tăbliță cu scriere cuneiformă, care include și inscripția „aceasta nu este o minciună, ci este cu-adevărat adevărul. Fie ca Enki să-i umple toate canalele cu mâl celui care va vătăma acest înscris". Drăguță urare... Numai că zeul e greșit, căci tableta este, de fapt, un fals realizat în Babilon, în mileniul al II-lea î.e.n, este copia unei tablete de lut sumeriene, din mileniul al III-lea î.e.n.[1]

La capitolul minciuni, asta e destul de veche. Dar nu atât de veche pe cât se pretinde... Totuși, jos pălăria! Adevărul e că eu, una, habar n-am care e cel mai vechi fals

autentificat; habar n-am de cât se practică falsificarea. Și nimeni altcineva nu știe, fiindcă majoritatea contrafacerilor nu sunt descoperite – *niciodată*. Dar e uimitor cât de multe *sunt* descoperite.

Să luăm domeniul artei, de exemplu: toate genurile de opere de artă, de pretutindeni și din toate perioadele istorice, au fost falsificate, începând cu picturile în ulei ale vechilor maeștri până la picturile cu petele de culoare din secolul XX. Manuscrisele medievale au fost copiate atât de falsificatori din epoca modernă, cât și de călugări medievali. Bronzurile din perioada dinastiei Shang au fost copiate de artiștii din epoca dinastiei Sung – în timpul „epocii de aur a picturii chineze", care ulterior și ea a fost considerată demnă de a fi falsificată. Statui romane antice au fost contrafăcute constant de sculptori renascentiști.

Vreți să auziți ceva tulburător? Dacă ați ajuns la capitolul 8 și încă îmi mai citiți cartea, presupun că răspunsul e *da*. Între 20% și 30% dintre obiectele de artă pe care le vedeți în muzee sunt falsuri[2]. Și nu mă refer la copii prezentate ca originale din motive de securitate sau pentru că așa cere asiguratorul și nu mă refer nici la necesarele reproduceri de fragmente sau de obiecte întregi deteriorate. Mă refer la *falsuri* în toată puterea cuvântului. Cam un sfert dintre operele de artă aflate în muzeele din toată lumea sunt contrafaceri puse în circulație ca originale, în diverse momente din ultimii cinci sau zece mii de ani*. Întrucât cândva ele au fost considerate ca fiind autentice, obiectele respective au căpătat legitimitate.

Muzeele, galeriile și alte instituții nu mint deliberat; adesea pur și simplu nu pot să-și dea seama dacă un obiect

---

* Iar asta e o estimare extrem de prudentă; majoritatea experților cu greutate spun că, de fapt, procentul e mai curând de 50% (n.a.).

e sau nu original. Și nici voi nu puteți să vă dați seama. Dar dacă *nimeni* nu poate să facă diferența între original și fals, atunci cum putem să fim siguri că există vreuna sau că ea contează?

MULTE LISE

Mona Lisa lui Leonardo Da Vinci e probabil cea mai cunoscută pictură din lume. Și, fără îndoială, e o capodoperă. Așa mi s-a spus, iar eu am urmat școala de arte frumoase. Cu siguranță, oricine se duce s-o vadă se întoarce acasă și spune: „Ei... e mult mai mică decât credeam!" Și pare oarecum dezamăgit. Cu toate astea, peste șase milioane de oameni se înghesuie anual la Luvru s-o vadă pe *Mona Lisa*. S-ar *putea* spune că *Mona Lisa* e o capodoperă doar pentru că așa e considerată de toată lumea. Deocamdată însă haideți să nu intrăm în discuția asta.

Dar dacă *Mona Lisa* e autentica *Mona Lisa* doar pentru că toată lumea a căzut de acord că *e*?

În 1911, un bărbat pe nume Vincenzo Peruggia, un custode italian de la muzeul Luvru din Paris, a tăiat celebra pictură din ramă și, pur și simplu, a ieșit cu ea din muzeu, pitită sub haină. A ținut-o ascunsă acasă, într-un cufăr cu fundul dublu, vreme de doi ani. Apoi, deși comisese infracțiunea secolului (și fără vreun motiv evident), Peruggia a dus lucrarea în Italia, unde, cu un curaj nebun, le-a prezentat-o spre vânzare directorilor de la Galeria Uffizi, din Florența. Bineînțeles că a fost arestat, iar pictura a fost transportată înapoi în Paris, unde a ajuns pe 4 ianuarie 1914. Custodele a pretins c-o furase din patriotism – ceea ce nu avea sens, de vreme ce Luvrul era plin cu picturi ale maeștrilor italieni, dintre

care, la vremea respectivă, multe erau mai cunoscute sau mai valoroase decât *Mona Lisa* – și a făcut vreo șase luni de închisoare[3].

Aceasta este partea poveștii abominabilului furt al *Mona Lisei* pe care toată lumea o cunoaște. Dar iată și partea pe care lumea nu o cunoaște: în 1908, cu câțiva ani înainte ca *Mona Lisa* să fie furată, un escroc argentinian specializat în domeniul artei, Eduardo de Valfierno, a folosit mai multe identități false ca să intre în Statele Unite ale Americii și să obțină accesul în anumite cercuri exclusiviste din înalta societate. A reușit să câștige încrederea unor colecționari de artă milionari, oameni care nu doar că erau bogați, dar aveau și o moralitate destul de flexibilă. Fiecăruia în parte i-a spus că putea să-i obțină (adică să-i fure) *Mona Lisa*. Fiecare s-a învoit să cumpere pictura pentru o sumă bineînțeles astronomică, dacă De Valfierno izbutea într-adevăr să pună mâna pe ea[4].

Între timp, argentinianul i-a comandat falsificatorului de artă francez Yves Chaudron șase copii perfecte ale *Mona Lisei*. Când Chadron a terminat, copiile au fost livrate. Și detaliul final: în 1911, De Valfierno l-a plătit pe Peruggia să fure tabloul din Luvru[5].

Iar acum luăm povestea de la capăt: *Mona Lisa* a dispărut din Luvru ca urmare a unui furt spectaculos, în mod misterios rămas nerezolvat vreme de mai mulți ani.

În acest răstimp, De Valfierno le-a vândut țintelor câte o copie a lucrării, asigurând-o pe fiecare în parte că intra în posesia originalului furat din Paris. Nu se știe câte copii au fost vândute în total (se bănuiește că între unsprezece și șaisprezece), căci este posibil ca escrocul să fi apelat și la un al doilea falsificator[6]. Fiecare cumpărător în parte știa că tabloul pe care-l primise fusese furat, dar fiecăruia i se spusese și că muzeului avea să i se „returneze" până la

urmă o copie, pentru a reduce șansele ca ei să fie implicați. Totuși De Valfierno îi avertizase pe toți să-și țină gura; puteau s-o aibă pe *Mona Lisa*, dar nu trebuiau să spună asta nimănui niciodată[7].

Asta explică de ce Peruggia a furat tabloul din Luvru („patriotismul" n-a fost niciodată un motiv prea coerent) și a pretins că l-a ținut ascuns în casă vreme de doi ani, pentru ca apoi, brusc, să-l ducă la Uffizi. E imposibil să fi crezut că Galeria avea să cumpere cea mai frumoasă pictură din lume, care fusese furată. Totul a fost o mare escrocherie transatlantică: Peruggia a furat tabloul, veste care s-a răspândit în întreaga lume, astfel încât să ajungă la urechile tuturor potențialilor cumpărători ai lui De Valfierno. Odată ce aceștia au aflat de furt, au crezut că De Valfierno a reușit și au fost pregătiți să creadă că falsul primit era pânza autentică.

Dar toate astea te fac să te întrebi: unde e acum originalul?

Cei de la Luvru ar vrea să credeți că e etalat pe peretele lor. Dar cum am putea să ne dăm seama noi (ori să-și dea seama ei) dacă tabloul lor nu e cel autentic? Lucrarea a fost furată în 1911 – înainte de apariția scanerelor CT, a analizelor chimice sau a oricăror alte tehnici moderne de autentificare. Și mai important: dacă voi ați fi fost în locul lui De Valfierno și ați fi reușit să puneți la cale furtul *Mona Lisei*, după ce ați fi comandat și vândut un număr de copii perfecte, ați mai fi *înapoiat* originalul?

De fapt, chiar *știm* că escrocul și-a păstrat o pânză cu *Mona Lisa* pentru sine, căci a repetat schema peste douăzeci și cinci de ani și a mai vândut lucrarea încă *de cinci ori* unor colecționari foarte dispuși s-o achiziționeze[8]. Cu diferența că, de data asta, De Valfierno și-a informat potențialii cumpărători că *păstrase* la el *Mona Lisa* furată și că la muzeu trimisese un fals. Neavând habar de celelalte șase vânzări (sau de existența simultană a altor amatori), fiecare

cumpărător a crezut când De Valfierno i-a spus că păstrase originalul pentru sine atâtea zeci de ani. Și că acum, la bătrânețe, era finalmente dispus să vândă tabloul original furat... fiecăruia dintre ei, desigur.

Deci unde e cu-adevărat *Lisa*?

Realmente nu contează. *Acea* lucrare intitulată *Mona Lisa* se află în cel puțin douăsprezece colecții de artă *foarte* particulare, fără să punem la socoteală și muzeul Luvru. În cel mai bun caz, există o șansă din douăsprezece ca tabloul de la Luvru să fie cel original. Dar adevărul e că *Mona Lisa* – cea care există în mintea noastră – nu există nicăieri, pentru că noi am inventat-o.

În acest punct, *Mona Lisa* este *o idee* în aceeași măsură în care este o pictură. Cu toții o cunoaștem ca fiind cea mai extraordinară lucrare a celui mai extraordinar pictor care a trăit vreodată (indiferent dacă e sau nu așa). Ce alt tablou ar putea să se compare? Poziția *Mona Lisei* în imaginația noastră culturală este atât de înaltă, încât pictura în sine adesea își dezamăgește admiratorii, fiindcă nu se ridică la nivelul idealului lor imaginar.

În plus, dacă nu poți să faci diferența între fals și autentic, contează dacă e reală sau nu?

Pentru cumpărătorii lui De Valfierno nu a contat; el a vândut copiile la același preț pe care l-ar fi obținut și pe original. Nu contează nici pentru milioanele de oameni care au văzut capodopera și au fost mișcați de ea sau care au petrecut ore nesfârșite studiind-o sau care au așteptat la coadă toată ziua și au fost dezamăgiți sau care au cumpărat din magazinul muzeului o carte poștală, care să le aducă aminte de călătoria din Paris și de faptul că au văzut-o pe *Mona Lisa*.

Tot ce *a contat* a fost că oamenii respectivi au crezut c-au văzut-o pe Lisa cea autentică.

Abundența de contrafaceri acceptate ca lucrări autentice nu e o problemă modernă. Mai curând, e o problemă de acumulare: e vorba despre falsurile acumulate și e vorba despre acceptarea acumulată a autenticității lor. În foarte mare măsură, „realitatea" e opinie, iar în foarte mare măsură opinia e *consens*. Înainte să mă contraziceți, gândiți-vă la povestea falsificatorului lui *Eros adormit*.

În 1488, un ucenic în vârstă de 13 ani din atelierul pictorului florentin Domenico Ghirlandaio, un băiat foarte talentat de altfel, a dat de necaz, după ce falsificase o lucrare. Băiatului i se dăduse cu împrumut un desen foarte valoros și foarte vechi, ca să-l studieze. După ce l-a copiat perfect, puștiul s-a abătut de la calea învățată în atelier și a hotărât să-și învechească artificial propriul desen, apelând la fum și la vopseluri de patinare, apropiindu-se perfect de original.

Băiatul a fost atât de încântat de copia pe care o reușise, încât a păstrat originalul și a înapoiat lucrarea lui. Puștiul ar fi scăpat basma curată, dar n-a putut să se abțină și s-a lăudat față de restul ucenicilor cu isprava lui. În cele din urmă, posesorul desenului a prins de veste și i-a cerut lui Domenico Ghirlandaio să-i înapoieze desenul cel vechi, originalul. Când tânărului ucenic i s-a cerut să explice situația și să înapoieze desenul furat, el a arătat desenul pe care-l păstrase, susținând acum că-i mințise pe colegi și că se afla în posesia copiei, *nu* a originalului. Problema a apărut când desenele au fost comparate: nimeni nu a putut să facă diferența între ele. Nici proprietarul, nici maestrul-pictor, nici vreunul dintre experții chemați să determine care era originalul. Niciunul dintre desene nu putea fi declarat categoric că ar fi originalul. (Vedeți așadar cum se ajunge la cele 20% până la 30% de contrafaceri din muzee.)

După nici zece ani, în 1496, fostul ucenic a ajuns să lucreze sub patronajul lui Lorenzo di Pierfrancesco de' Medici. Asemenea multor tineri artiști ai timpului, și el descoperise că bogații erau mult mai înclinați să cumpere capodopere ale Antichității Romane decât lucrări ale renascentiștilor contemporani. Ca atare, ca să câștige un ban în plus, tânărul artist a sculptat o copie perfectă a unei capodopere antice grecești: statuia din marmură *Eros adormit*. Apoi a îngropat-o într-un pământ foarte acid, care a pătat marmura și i-a erodat ușor suprafața, conferindu-i o patină convingătoare, astfel încât statuia să pară recent dezgropată.

Când a văzut falsul, patronul său, De' Medici, a fost atât de impresionat, încât s-a oferit să-l trimită la Baldassarre del Milanese, un negustor de artă destul de dubios, care opera în Roma. Tânărul artist s-a învoit și falsul a fost vândut – în mod fraudulos – ca o capodoperă de mult dispărută și recent redescoperită. Cumpărătorul a fost cardinalul Raffaele Riario, el însuși un patron al artelor și strănepot al papei Sixtus al IV-lea (cel care a construit Capela Sixtină).

Dar știți ce se spune despre doi oameni care trebuie să păstreze un secret: trebuie neapărat ca unul dintre ei să fie mort. Dacă turnătorul a fost îngâmfatul De' Medici, îndrăznețul falsificator sau negustorul dubios, care căuta mereu noi și noi afaceri, n-o să știm niciodată. Cumva lumea a aflat despre escrocherie. Când Vaticanul a prins de veste, cardinalul Riario și-a dat seama că fusese tras pe sfoară. Riario era un personaj puternic și s-a înfuriat peste măsură pe negustorul de artă, Baldassarre. I-a cerut să-i dea banii înapoi și să-i spună numele falsificatorului. Firește că Baldassarre i-a returnat banii imediat și l-a demascat pe tânărul falsificator: acesta era un derbedeu în vârstă de 21 de ani, pe care îl chema Michelangelo.

Deși papa nu s-a amuzat *deloc*, cardinalul Riario a fost atât de impresionat de contrafacere, încât, în loc să-l acuze de fraudă, l-a invitat pe Michelangelo la Roma, la palatul lui, ca să-l cunoască. Ba chiar l-a lăsat să păstreze comisionul câștigat de pe urma *Erosului adormit*. Curând, Riario a devenit unul dintre patronii lui Michelangelo, în următorii doi ani comandându-i două lucrări. Michelangelo a rămas în Roma ca să sculpteze prima statuie comandată, *Bahus*, pentru ca, în 1498, să desăvârșească *Pieta*, sculptura care l-a făcut celebru. În cursul următorilor zece ani, Michelangelo a sculptat opera *David* și a pictat tavanul Capelei Sixtine.

Morala acestei povești e că papa ar trebui să se relaxeze – Vaticanul a cumpărat mai multe falsuri decât oricare altă instituție din lume. Glumesc, desigur! Morala adevărată e că mulți dintre „marii maeștri" și-au început cariera ca falsificatori. Totuși chestia cu Vaticanul rămâne!

V-ar șoca să aflați că Paul Revere, argintar, gravor și erou al Războiului de Independență al Statelor Unite ale Americii, a fost și un falsificator de artă vestit?[10] (Dacă informația asta vă șochează, înseamnă că, până aici, doar mi-ați frunzărit cartea.) Revere copia gravurile altor artiști și-și punea numele pe ele tot timpul. Cea mai cunoscută și mai bine vândută imagine produsă de Revere, *The Boston Massacre of 1770*, a fost un fals, o copie directă a gravurii originale realizate de Henry Pelham, gravură pe care Revere o interceptase pe drumul către tipariță[11]. Imaginea i-a plăcut atât de mult, încât Revere a copiat-o, a semnat-o și trimis-o la tipariță astfel încât să i-o ia înainte lui Pelham. Firește, manevra a fost nesimțire, dar ea nu diminuează realmente măreția argintăriilor sau a celor aproximativ nouă sute de clopote gigantice pe

care Revere le-a realizat – unul dintre clopote mai bate și azi, zilnic, în Boston*.

Dar cum rămâne cu falsificatorii care nu sunt niciodată prinși *sau* devin celebri? Dacă ei recreează capodopere care sunt considerate ca fiind originale, se pune întrebarea: cine este maestrul? Și cum anume definim „capodopera"?

Dacă nu s-ar fi descoperit că *Eros adormit* este un fals și nu s-ar fi aflat că el a fost realizat de tânărul Michelangelo, lucrarea ar mai fi considerată azi o capodoperă? Probabil că nu. Ea a dobândit această calitate retroactiv, fiindcă a fost realizată de un maestru. Întreaga logică circulară a *unei capodopere* se naște dintr-un silogism estetic, unul care determină valoarea creației în funcție de valoarea creatorului – a cărui valoare depinde de crearea anterioară a acelorași obiecte de valoare.

Nimic nu e real pe de-a-ntregul.

Dar în istoria contrafacerilor artistice există o temă interesantă și recurentă: când e descoperit, cel mai adesea nimeni nu se supără *prea tare* pe falsificator. Spre deosebire de situațiile cu escrocherii financiare sau religioase, realizatorii de contrafaceri artistice se confruntă rareori cu sentimentul de mânie. Mai degrabă, așa cum i s-a întâmplat și lui Michelangelo, care a câștigat rapid celebritate, bani și patronajul a cel puțin trei papi, falsificatorii, inclusiv cei de bani, adesea, odată ce sunt descoperiți, sunt copleșiți cu laude.

Prin urmare, ce are atât de deosebit acest gen de minciună?

---

* În metalurgie, să faci un clopot uriaș, care să bată o dată, darămite să mai bată și repetat (vreme de secole), fără să se crape, e o realizare extraordinar de impresionantă (n.a.).

ADEVĂRUL E DUR

Diferența dintre fraudă și contrafacere este diferența dintre adevăr și realitate. Să zicem că ați văzut într-o catedrală un fragment din Sfânta Cruce și ați crezut că e autentic. Apoi ați traversat orașul, ați intrat în muzeul Luvru și acolo ați văzut un tablou care vi s-a spus că-i aparține lui Picasso și ați crezut și asta. Acum imaginați-vă că ambele lucrări sunt declarate ca fiind falsuri.

Diferența rezidă în următorul fapt: credința în Cruce înseamnă, simultan, credința într-o întreagă structură a adevărului religios. Prin definiție, expunerea unui element al adevărului ca minciună pune sub semnul întrebării și restul adevărului.

Pe de altă parte, despre tabloul lui Picasso ați fi putut să credeți că e autentic pentru că așa v-a spus un curator, pentru că așa ați citit într-o broșură sau pe o plăcuță de pe un perete. Dar voi nu aveți niciun interes în afacerea asta, deci, dacă tabloul e declarat ca fiind fals, nu sunteți afectați. Voi nu ați crezut că informația respectivă era un *adevăr*, ci doar o realitate. Când realitatea se dovedește incorectă, nu experimentați o disonanță cognitivă, fiindcă realitatea voastră nu e determinată de adevărul ei. Așa că nu vă înfuriați și nici nu suntcți deziluzionați. Pur și simplu, ați fost informați greșit.

Una este o trădare a adevărului, iar cealaltă este o trădare a realității – o dihotomie care e posibilă *doar dacă adevărul și realitatea sunt fundamental diferite.*

Și ele sunt.

Ar putea să pară evident și puțin prostesc dacă te gândești că orice e considerat realitate e doar *ceea ce este acceptat*; dar implicațiile sunt profunde. De fapt, sunt atât de profunde, încât sunt în cea mai mare măsură responsabile pentru dominația evoluționistă fără precedent a umanității.

Ceea ce ne conduce până departe, în urmă, până la ideea de inteligență colectivă – marele avantaj al umanității și, totodată, indubitabila ei slăbiciune.

Cu mult înaintea internetului și chiar înaintea cărților, oamenii au evoluat astfel încât să stăpânească forța colectivității: fiecare individ a crezut în experiențe, în observații și în concluzii care nu-i aparțineau lui însuși. Fiecare om avea acces la mai multe informații decât ar fi putut el însuși, de unul singur, să descopere sau să deducă în cursul vieții lui: nu trebuia decât *să întrebe și apoi să creadă în răspunsul primit.*

Încrederea umană a legat permanent consensul de realitate, îngăduindu-le indivizilor să acumuleze cunoaștere cu o viteză astronomică. Dar tot încrederea e și un fel de amăgire în masă. E o minciună în care cu toții cădem de acord să credem. Este baza civilizației.

Deci cât din realitate e consens? Cât de mult din ceea ce știm nu reprezintă decât ceea ce am căzut de acord să credem? Și, în contextul ăsta, ce înseamnă adevărul?

SĂ FACI BANI

Probabil că nicăieri altundeva nu există o ficțiune colectivă mai crezută, mai apărată și, simultan, mai negată – sau cel puțin ignorată – decât pe tărâmul banilor.

Banii nu sunt reali decât în imaginațiile noastre colective. „Bani" reprezintă doar un cuvânt care denotă o „notă de credit" – „banii" nefiind garantați nici cu aur, nici cu alte bunuri, ci doar de un acord tacit și de consensul inconștient. Banii sunt și una dintre minciunile cele mai precare din câte există: de unde riscul retragerilor masive ale depozitelor din bănci, al prăbușirii burselor și al colapsurilor economice – fiecare neputându-se întâmpla decât atunci

când colectivitatea încetează să mai creadă întreaga minciună sau o parte din minciună.

Dacă le studiezi cu suficientă atenție, toate versiunile de bani sunt imaginare și au valoare doar pentru că așa am hotărât noi toți. Însă cash-ul – banii de hârtie – e un exemplu extrem de elocvent: înseamnă doar niște bucăți de hârtie tipărite*.

Din acest motiv, falsificarea bancnotelor este deosebit de ușor de realizat și atât de tentantă.

Victor Lustig – tipul care le tot vindea oamenilor Turnul Eiffel – era celebru și pentru o escrocherie numită „cutia cu bani"[12]. Care funcționa în felul următor: Lustig identifica ținte bogate și lipsite de scrupule (probabil același gen de oameni care erau interesați să cumpere *Mona Lisa* furată – și, de fapt, Lustig a operat schema asta cam în aceeași perioadă, pe parcursul anilor 1920 și 1930).

Finalmente, după ce câștiga încrederea țintei, Lustig îi arăta o invenție ingenioasă: o mașină care tipărea bancnote de o sută de dolari pe blancuri din hârtie. Apoi îi demonstra cum funcționa mașinăria: punea o bucată de hârtie albă într-o tăviță, închidea capacul, apoi, printr-o mică fantă, ieșea încetișor o bancnotă de o sută de dolari perfect imprimată, imposibil de diferențiat de o bancnotă autentică[13].

Imposibil de diferențiat, fiindcă, evident, bancnota *era* autentică. Cutia nu tipărea nimic: ea înghițea hârtia și expulza încetișor o bancnotă reală, de 100 de dolari, care fusese ascunsă în interior dinainte. Cutia conținea o singură bancnotă, așa că, atunci când cineva o cumpăra, la prețul de 3 000 de dolari, acea unică sută de dolari reprezenta o pierdere minoră.

---

* Mă rog, tehnic vorbind, niște fâșii de in (n.a.).

Se pare că Lustig a câștigat din cutiile de bani peste un milion de dolari – înainte să intre la închisoare pentru o scurtă perioadă*. Joseph Yellow Kid Weil a fost arestat când rula o schemă similară. La proces, escrocul a avut îndrăzneala sau poate doar luciditatea să susțină că și victimele lui fuseseră complice la afacere. Kid a atras atenția că persoanele respective încercaseră cu bună știință să falsifice bani, prin urmare ar fi trebuit să fie judecate la fel ca el.

Firește, cutia cu bani nu producea falsuri, de vreme ce ținta nu putea să mai tipărească nimic. Aici era vorba, mai curând, de o escrocherie de genul „minte-l și trage-i prețu'", care doar promitea un fals de succes: deci era o escrocherie în interiorul unei alte escrocherii. Dar dacă respectiva cutie *chiar ar fi tipărit* bani? Oamenii fac asta tot timpul; bancnotele nu sunt nici pe departe imposibil de falsificat. Iar escrocheriile de tipul „cutia cu bani" n-au dispărut niciodată. Polițiștii specializați în astfel de infracțiuni estimează că, în Statele Unite, anual, scheme de acest fel se rulează de sute de ori[14]. În fond, bani noi se tipăresc în fiecare zi. Și-atunci de ce să nu-i tipărești acasă?

Evident, așa ajungem la miezul problemei: de ce să *nu* tipărim bani acasă?

Să zicem că o „cutie cu bani" chiar ar exista și că ea ar tipări bancnote perfecte, de 100 de dolari, imposibil de diferențiat de cele autentice. O bancnotă de 100 de dolari are valoarea respectivă *nu pentru că a fost tipărită* de Guvernul Statelor Unite, ci pentru că am acceptat cu toții că, prin ea, putem să facem tranzacții în valoare de 100 de dolari, chiar dacă ea e doar o bucată de hârtie – și avem încredere

* A evadat escaladând o fereastră, apoi, după ce a ajuns în stradă, pur și simplu a pornit-o degajat, la pas. Firește că a fost văzut de oameni, însă atitudinea lui a fost atât de relaxată, încât trecătorii au crezut că era un spălător de geamuri (n.a.).

că următoarea persoană va proceda la fel și următoarea, la fel, și așa mai departe. E, pur și simplu, o metodă eficientă de a transfera valoarea. Aranjamentul nu se schimbă în cazul unei bancnote false – dacă ea e imposibil de diferențiat de bancnota autentică.

O bancnotă falsă de 100 de dolari, imposibil de diferențiat de una autentică, *chiar ar avea* valoarea de 100 de dolari. Lucrurile au valoare atât timp cât noi credem că au valoare. Dacă toți credem că un anume obiect contrafăcut *este real*, atunci el funcționează ca și când ar fi autentic; caz în care înseamnă că bancnota falsă ar putea și ea să fie dată la schimb pentru bunuri și servicii în valoare de 100 de dolari.

Și iată partea fascinantă a poveștii: după ce bancnota falsă a fost cheltuită, în acel punct, minciuna devine *retroactiv adevărată*. Bancnota falsă de 100 de dolari chiar a valorat 100 de dolari.

Și iată partea fascinantă: după ce bancnota falsă a fost cheltuită, în acel moment *minciuna devine retroactiv adevărată*. Bancnota falsă de 100 de dolari chiar a avut valoarea de 100 de dolari.

Din punct de vedere funcțional, bancnota falsă de 100 de dolari nu e cu nimic diferită de o bancnotă „reală" de 100 de dolari – atât timp cât toată lumea crede că e autentică, o acceptă și continuă s-o facă să circule. Dacă se descoperă că e falsă, ea își pierde valoarea, dar nu pentru că se modifică fundamental în vreun fel, ci, pur și simplu, pentru că nu mai poate să fie dată la schimb pentru nimic. La fel ca o bancnotă de 100 de dolari ruptă în două. Asta pentru că așa spune trezoreria Statelor Unite.

De ce are Trezoreria autoritatea să ne spună care bancnotă valorează 100 de dolari? De ce această instituție are autoritatea să ne spună *care dintre bancnote* (a mea, a ei, cea ruptă în două) are sau nu valoarea de 100 de dolari? Toate sunt doar niște bucăți de hârtie la fel de lipsite de valoare,

imposibil de diferențiat – și cu aceeași valoare, atât timp cât nimeni nu-și dă seama că una dintre ele nu este garantată de Trezorerie.

Așadar de unde primește Trezoreria autoritatea să hotărască dacă o bucățică de hârtie are sau nu valoarea de 100 de dolari? În ce rezidă autoritatea? Cine i-a dat-o?

Răspunsul este că autoritatea exercitată de Trezorerie îi este dată de noi toți, când cădem de acord să credem că banii sunt reali. Acceptând unilateral să credem în ceva ce știm că, de fapt, nu e real – ca valoarea unei bancnote de un dolar – acceptăm și să credem că, în domeniul respectiv, există un adevăr absolut. Astfel admitem că ne prefacem cu toții – și că suntem obligați să respectăm regulile inventate tot de noi înșine.

Dar aranjamentul ăsta are și un revers neplăcut al medaliei, unul care are legătură nu cu valoarea, ci cu lipsa valorii. Dacă abandonăm o minciună colectivă, valoarea și autoritatea implicate sau conferite de ea se năruie odată cu ea. În ecuația asta funcționează un consens al încrederii. Banii autentici sau bancnotele contrafăcute – toate sunt doar bucățele de hârtie susținute de încredere. Știm cu toții că nu e adevărat, dar cu toții cădem de acord să credem, fără nicio îndoială, că banii de hârtie au valoarea care ne este comunicată.

Dacă am înceta să credem în *minciuna asta*, atunci nici banii autentici, nici cei falși nu ar mai avea nicio valoare.

FALSURI AUTENTICE

Adevărul și minciuna sunt fețele aceleiași monede, contrarii care nu pot să fie împăcate vreodată, dar sunt indestructibil legate una de cealaltă, prin însăși natura lor. Adevărul *ăsta* are tendința să iște resentimente. Exact asta

s-a întâmplat și în cazul lui Louis Marcy. Născut Luigi Parmeggiani, în nordul Italiei, în 1860, Marcy era un meșteșugar sclipitor. Meșteșugul lui era confecționarea de falsuri după obiecte medievale și renascentiste, în special cufere, bijuterii și relicvarii.

De asemenea, Marcy era și un anarhist înverșunat[15]. A publicat chiar și o revistă pe tema asta – o metodă cam „tocilară" de a face anarhie... dar, mă rog... O altă formă ciudată de rebeliune era ceea ce el numea „falsificarea subversivă"[16]. Cu alte cuvinte, Marcy nu realiza falsuri din nevoia disperată de a face artă și nici de dragul banilor – falsurile lui n-aveau niciun scop. Sau unicul lor scop era acela de a-i trage în piept pe oameni.

În revista lui anarhistă, Marcy scria articole în care mărturisea că detesta „piața de artă capitalistă". Știa că experții nu puteau să facă deosebirea între o operă originală și un fals excelent și era deosebit de revoltat de faptul că toți insistau – și credeau – că erau capabili să facă asta*. Marcy ura valoarea arbitrară atribuită unui lucru, în raport cu un alt lucru, și disprețuia felul în care oamenii, mai ales așa-numitele autorități în materie, insistau să pretindă o autoritate, pe care de fapt n-o aveau, prin atribuirea arbitrară de valoare unei opere de artă pe care nu puteau s-o diferențieze de o alta[17].

Răspunsul lui? Falsificarea subversivă. Marcy a inundat piața cu falsuri perfecte. A reușit să producă nestingherit cantități uriașe de falsuri – bijuterii și obiecte de artă medievale și renascentiste –, vreme de *decenii*, înainte să fie prins[18]. Ceea ce e surprinzător, date fiind articolele

* Aici îl înțeleg, fiindcă și eu mă simt cuprinsă de aceeași furie irațională când mă confrunt cu persoane obsedate de vin, care pretind că pot să simtă, cu ajutorul gustului, lucruri precum terroirul. Doar că eu nu mă transform din cauza asta într-o anarhistă înverșunată (n.a.).

demente pe care le publica în revista lui. Falsurile lui erau atât de convingătoare, încât au intrat în multe colecții particulare și în toate marile muzee din Europa[19].

În 1903, când, finalmente, a fost arestat (în mod ironic, pentru că era anarhist, nu falsificator), poliția a descoperit că locuința îi era ticsită cu obiecte prețioase și antichități atât de convingătoare, încât inițial s-a crezut că Marcy era un intermediar de capodopere furate, nu falsificator[20]. Marcy a făcut cinci luni de închisoare. Imediat după eliberare s-a apucat din nou să inunde piața de artă și de antichități. Și a făcut asta ani de-a rândul. Abia în 1922 a fost descoperit ca falsificator de artă și s-a deschis o anchetă.

În multe cazuri, falsificatorii de artă au devenit până la urmă artiști celebri – ca Michelangelo sau Paul Revere –, astfel că operele lor de artă frauduloase au devenit capodopere neprețuite, prin asociere. În alte cazuri, mult mai rare – de exemplu, Marcy –, falsificatorii au devenit celebri datorită pieselor contrafăcute, care, până la urmă – printr-o judecată circulară –, au ajuns să fie considerate „artă".

Azi, falsurile lui Marcy sunt considerate sclipitoare și întreaga lui operă este la fel de căutată pe piața de artă ca lucrările autentice de geniu. British Museum a lăudat „meșteșugul rafinat al materialelor lor și eclectismul inspirat al designului" lui Marcy[21]. Inclusiv în 2008, Sotheby's a trebuit să retragă, în ultima clipă, dintr-o licitație a „vechilor maeștri", o importantă cataramă de secol XIII; deși Victoria & Albert Museum din Londra o considerase autentică, s-a dovedit că ea era tot o creație a lui Marcy.

E probabil că multe dintre antichitățile falsificate de el, lăudate de experți și critici, continuă să stea în diverse colecții, incorect atribuite. Dar acum măcar există motivația ca să fie descoperite: „falsurile Marcy", cum sunt numite azi, sunt atât de valoroase, încât multe obiecte de artă

renascentiste ar valora *mai mult* dacă ar fi fost falsificate de Luigi Parmeggiani, la începutul secolului.

Situație pe care el ar fi detestat-o!

AUZI OCEANUL ÎN SCOICĂ, FIINDCĂ ÎN EA NU EXISTĂ NIMIC

Uneori – ca în cazul falsificărilor subversive ale lui Louis Marcy, atât de apreciate acum de lumea artei, pe care el o disprețuia atât de profund – o minciună capătă o viață proprie și devine cu totul altceva, un lucru în sine, separat de înșelătoria care i-a dat viață. Devine un obiect a cărui valoare *derivă* din ilegalitatea valorii pe care a pretins c-o are inițial. Cu alte cuvinte, uneori un fals devine valoros nu pentru că e considerat autentic, *ci tocmai pentru că este un fals.*

Prețioasa epitonidă e o scoică marină de formă spiralată prelungă și cu un model distinctiv în formă de scară. A fost adusă din Pacificul de Sud-Vest de negustorii olandezi și prezentată cumpărătorilor europeni la începutul anilor 1700. La fel ca bulbii de lalele, aceste noi curiozități au devenit atât de căutate, încât curând cererea a ajuns să depășească enorm oferta, prețul epitonidelor crescând incredibil de mult, astfel că aceste scoici nu le-au mai fost accesibile decât celor mai bogați dintre colecționari.

După un secol, cererea continua să fie atât de ridicată, încât, *spre deosebire* de situația cu bulbii de lalele, falsificatorii chinezi au început să inunde piața cu falsuri aproape perfecte, făcute dintr-o pastă obținută din făină de orez. Nici negustorii și nici cumpărătorii nu puteau să facă diferența între o scoică falsă și una autentică decât scufundând-o în apă – caz în care cochilia falsă se topea, transformându-se la loc în făină de orez. Când dimensiunea

fraudei a fost expusă, colecționarii au început să se teamă și, până la urmă, obsesia scoicilor a dispărut[22].

Însă povestea epitonidelor e mai mult decât o anecdotă amuzantă din cauza situației prezente a pieței de desfacere a acestor scoici. Așa cum am spus, moda lor s-a stins. Dar apoi, pe parcursul a încă o sută sau două de ani, s-au găsit și alte surse de epitonide. Iar în acest moment poți să cumperi o epitodină autentică, dar nu la fel de prețioasă, cu 10-15 dolari.

Tocmai ce-am verificat.

Pe de altă parte, acele scoici contrafăcute de chinezi au devenit o marfă foarte prețioasă. La fel ca falsurile lui Marcy. Un fals recunoscut, fără nicio valoare odinioară, a căpătat acum o valoare mai mare decât aceea a obiectului autentic. Însă nici scoicile autentice, nici cele falsificate nu sunt prețioase nici pentru ceea ce sunt ele în realitate, nici pentru ceea ce s-au pretins a fi. Sunt prețioase datorită a ceea ce noi am *hotărât* că sunt. O epitonidă falsă, un exemplu ciudat și rar de escrocherie pe scară largă, valorează realmente ceva? Nu realmente – nu *realmente* realmente.

Dar piața a convenit că are, deci ceea ce cândva a fost o fraudă a devenit realitate.

COPII FIDELE

Pentru că tot tratăm subiectul amăgirilor în masă, haideți să vorbim și despre religie – despre relicve religioase, în particular, și despre relicve catolice, în mod specific.

Relicvele sunt ceea ce lasă în urmă sfinții catolici și astfel și ele sunt sfinte, prin asociere. De fapt, au diferite grade de sfințenie. Relicvele de gradul întâi sunt fragmente din trupurile sfinților: membre, oase, dinți, păr, chiar și fluide corporale. Relicvele de gradul al doilea sunt

posesiuni fizice intime (o cupă, o pernă, haine sau bijuterii), care se spune că s-au aflat în proprietatea oricărui sfânt catolic între timp decedat. Relicvele de gradul al treilea – cele mai numeroase – sunt cam orice lucru cu care se crede că sfântul a intrat în contact fizic pe parcursul vieții. În ciuda doctrinei conflictuale cu privire la venerarea idolilor, aceste obiecte sunt ele însele venerate. Fie sunt asociate cu un miracol, fie se crede că sunt capabile ele însele să facă miracole.

Prin însăși natura lor, relicvele sunt greu – dacă nu chiar imposibil – de autentificat, așa că, în mod deloc surprinzător, sunt foarte vulnerabile în ceea ce privește falsificarea.

În Evul Mediu afacerile cu relicve religioase contrafăcute erau deosebit de înfloritoare. Motivul fiind acela că credința catolică se răspândea în lumea occidentală ca Beatlemania. Mai mulți credincioși egal mai multe biserici. Iar în secolul al IV-lea s-a ajuns ca acest succes instituțional să ridice o problemă logistică semnificativă: existau prea puține relicve. Chestia cu bisericile catolice e că, tehnic vorbind, fiecare dintre ele trebuie să fie construită în jurul unei relicve religioase autentice. Asta e doctrina catolică: un altar dintr-o biserică nu poate să fie consacrat în absența unei relicve. Fără relicvă, rămâi fără altar! Fără altar, n-ai biserică. Dar în lume nu există chiar atât de multe Horcruxuri autentice!

Așa că unii comercianți întreprinzători din Europa medievală au început să manufactureze ei înșiși relicve, pe care, pozând în pelerini sau în negustori ambulanți, le vindeau în orașele și în satele unde era nevoie de ele. Adesea le vindeau preoților din partea locului. Uneori chiar *preoții* erau cei care vindeau relicve. Aceea a fost o perioadă de vreo cinci sute – o mie de ani de comerț religios liber de orice etică. În cel puțin un caz, chiar *papa în funcție* (Eugen al II-lea) a făcut un „aranjament" cu regele Lothar, nepotul lui Carol cel Mare, prin care nobililor carolingieni bogați,

altor membri ai elitelor din epocă și preoților de rang înalt li se permitea să comande relicve prețioase, confecționate „pe comandă" – inclusiv trupuri întregi, ca de pildă osemintele Sfântului Sebastian din anul 826 e.n.

În Evul Mediu, producerea sau manufacturarea de relicve catolice – ceea ce putea să însemne orice, de la profanarea „standard" a mormintelor până la creații „arts and crafts" – a ajuns să reprezinte o adevărată industrie „de casă". Jean Calvin chiar a spus cândva că, dacă toate relicvele catolice din Europa ar fi fost adunate la un loc, „ar deveni evident că fiecare apostol are mai mult de patru trupuri și fiecare sfânt are două sau trei". Însă nimănui nu-i păsa. Toți credeau că relicvele lor erau autentice – chiar dacă ele fuseseră cumpărate.

În unele cazuri, chiar și o relicvă recunoscută ca fiind falsă putea *să devină* autentică, odată ce se spunea despre ea că făcuse un miracol. Aproape la fel ca în cazul miracolului de a reuși să cumperi ceva cu o bancnotă falsă: odată ce relicva falsă își făcea treaba, sfințenia ei devenea retroactiv adevărată.

De fapt, piața de relicve catolice e în continuare destul de înfloritoare – cumpărătorii sunt acum mai curând persoane private, nu orașe sau metropole –, iar alături de ea continuă să existe o industrie a falsurilor religioase care, și ea, e destul de înfloritoare. Poți să cumperi o relicvă religioasă „autentică" și de pe eBay (cu 2 200 de dolari poți să achiziționezi un fragment din Sfânta Cruce – tocmai ce-am verificat și asta), ceea ce e absurd și aproape sigur ilegal.

Dar cum rămâne cu relicvele „reale", cu cele garantate de Vatican, cu catedrale și capele construite în jurul lor? Cum rămâne cu genul de obiecte sacre *legitime*, salvate din incendiul care, în 2019, aproape că a distrus catedrala Notre-Dame din Paris? Din păcate, chiar și relicvele acelea recunoscute oficial sunt suspecte. Sfânta Coroană de Spini

n-a fost niciodată autentificată, așa cum nici fragmentul din Crucea Răstignirii, aflat în Notre-Dame, nu a fost autentificat – deși s-a demonstrat deja că, dacă toate fragmentele cunoscute din Crucea Răstignirii (fără a le mai socoti și pe cele de pe eBay) ar fi puse cap la cap, din ele s-ar aduna destul lemn încât să construiești o corabie. Și mai există multe alte exemple, chiar mai concludente, de relicve catolice venerate care au fost demonstrate, fără echivoc, ca fiind false – de exemplu, osemintele Sfintei Rosalia din Sicilia[23].

Sfânta Rosalia, adesea numită și Mica Sfântă, s-a născut în 1130. Se povestește că, tânără fiind, doi îngeri au condus-o într-un loc retras de pe muntele Pellegrino, iar Rosalia a hotărât să-și ducă tot restul vieții într-o peșteră din acea zonă. Presupunerea a fost că tot acolo, în peștera aceea secretă, Rosalia a și murit, în 1166. Și că osemintele ei au stat acolo, netulburate și nedescoperite de nimeni vreme de aproape cinci sute de ani, până în 1624, când în Palermo a izbucnit o molimă.

Doar atunci s-a arătat Mica Sfântă – mai întâi unei femei muribunde și apoi unui vânător. Acestuia din urmă i-a spus unde se afla peștera ei și i-a cerut să meargă acolo și să-i recupereze osemintele. Ceea ce vânătorul a și făcut. Apoi omul a procedat așa cum a susținut că-l instruise Rosalia: a organizat o procesiune uriașă și, purtând osemintele sfintei, oamenii au înconjurat orașul de trei ori. După cel de-al treilea ocol, molima *a dispărut*. Rosalia a devenit Sfânta Rosalia, ocrotitoarea orașului Palermo; în peștera ei s-a construit un sanctuar; iar de atunci moaștele ei sunt venerate ca relicve de prim rang[24].

În cea mai mare parte, povestea osemintelor Sfintei Rosalia n-are nicio logică. Dacă a întâlnit doi îngeri, a plecat cu ei și a murit singură în 1166, într-o peșteră în care a trăit singură, de unde ar ști cineva această parte a

poveștii? De unde ar ști cineva în ce an a murit sau câți îngeri au stat cu ea în peșteră? Povestea pare să fi fost înflorită. Și dacă sfânta a vrut ca osemintele să-i fie recuperate după patru sute șaizeci și opt de ani, de ce i s-a arătat *mai întâi* unei femei aflate pe patul morții? Nu putea să se aștepte ca muribunda să escaladeze muntele! Și, de vreme ce femeia respectivă *a murit* cu promptitudine, de unde știm că Rosalia chiar i s-a arătat?

Povestea aceasta, a originii oaselor Sfântei Rosalia, e cel puțin problematică.

Dar nu asta e adevărata problemă a acestor relicve. De fapt, povestea nici nu contează. Noi vorbim aici despre miracole. Iar miracolele, la fel ca păcălelile, sunt lucruri în care pur și simplu *alegi* să crezi (sau nu), indiferent dacă ele par sau nu logice. Problema cu oasele Sfintei Rosalia e că, la o verificare mai atentă, s-a constatat că ele i-au aparținut unei capre[25].

Interesul meu nu e să găsesc puncte slabe în povestea și așa slabă a vieții, a morții și a miracolului Sfintei Rosalia. Dar mă simt obligată, dată fiind definiția relicvelor, să atrag atenția că obiectul venerației, relicva în sine, nu e o relicvă autentică, dacă în mod autentic ea e o capră. O relicvă validă ar putea să fie reprezentată de multe lucruri, nu doar de oasele sfintei: de o șuviță din părul ei, de pantoful ei stâng sau chiar de Biblia Sfintei Rosalia (a stat în peștera respectivă atâția ani – sunt convinsă că și-a luat cu ea ceva de citit). Dar, după cum înțeleg eu regulile care guvernează relicvele religioase, oasele unei capre oarecare nu pot să reprezinte o relicvă a Sfintei Rosalia – asta dacă nu cumva sfânta n-o fi făcut vreun grătar.

Deci, chiar dacă nu mai luăm la puricat și restul poveștii, avem problema asta.

Iar problema *asta* e stânjenitor de comună. Picăturile de sânge ale unui martir, de pe pardoseala unei biserici,

picături care au fost venerate secole de-a rândul, s-au dovedit a fi fost urină de liliac. Creierul Sfântului Petru, care a fost răsturnat din greșeală, s-a dovedit a fi fost o bucată mare de piatră ponce. În lume există mai multe schelete ale Sfântului Valentin, toate considerate autentice. La un moment dat existau douăzeci și unu de prepuțuri sfinte (care sunt exact ceea ce se înțelege că sunt), care „se băteau" să fie validate*. Au mai existat și degetul Sfântului Pavel, capul Sfintei Ecaterina de Alexandria... care – slavă Domnului! – nu s-au dovedit a fi oase de capră, dar nici n-au putut să fie autentificate. Cum să știm din trupul cui au provenit realmente?

Răspunsul e că, la fel ca în cazul multiplelor *Mona Lisa*, asta nu contează nici pe departe. Dacă ar fi contat, neînfricații parizieni nu ar fi alergat în interiorul catedralei Notre Dame, în timp ce aceasta era mistuită de flăcări. Relicvele catolice sunt „uleiul de șarpe" al religiei. Poate că odată au fost reale. Poate că unele chiar sunt ceea ce se spune că sunt. Dar *efectul pe care îl au asupra oamenilor* nu are nicio legătură cu proveniența, cu dovezile sau cu autentificarea. El are legătură cu încrederea. Scopul unei relicve este să inspire uimire și devoțiune. Osemintele Sfintei Rosalia au făcut asta secole de-a rândul. De fapt, *mai fac asta chiar și acum* – găsiți-l pe cel mai apropiat credincios catolic sicilian și dezbateți cu el ideea că adorata lui Mică Sfântă e sau nu o capră!

Sicilienii nu cred în ideea că Mica Sfântă e o capră *și* nici nu le pasă de teoria asta. Și veți vedea că, în ambele direcții, simultan, sunt *foarte* vehemenți.

---

* Așa ceva nu poți să cumperi pe eBay. Am verificat (n.a.).

MITUL ADEVĂRULUI SINGULAR

Dacă o relicvă falsă poate să genereze o stare de venerație autentică, dacă ea poate să atragă credincioși reali în biserici și în catedrale reale, pe care le transformă în pământ sfânt – dacă poate chiar conform multor credincioși, să inspire *miracole* reale, la fel cum promite o relicvă autentică –, atunci e incorect s-o declari a fi un fals. De fapt, dihotomia în sine e atât de falsă, încât frizează ilogicul. Ce e mai important pentru natura unei relicve: ca ea să aibă același ADN cu cel al unei femei născute cu aproape o mie de ani în urmă sau să aibă puterea să-i vindece pe bolnavi, să inspire viziuni și să aline inimi zdrobite?

Giulgiul din Torino este un exemplu extrem de interesant: unii cred că este lințoliul în care a fost înmormântat Hristos – pânza care i-a acoperit trupul după crucificare. Este pătat cu sânge uman în locurile unde se știe că Iisus a fost rănit. De asemenea, pe el se află imprimată imaginea inversată și foarte convingătoare (care, în ciuda eforturilor moderne, n-a putut încă să fie reprodusă) a unui bărbat care seamănă foarte bine cu ideea noastră de Iisus – o imagine care va fi fost transferată cumva, pe căi metafizice, în timp ce pânza acoperea trupul lui Hristos, producând un soi de copie la indigo sfântă. În fiecare an, zeci de mii de oameni merg la Torino, în Italia, ca să vadă această relicvă legendară. Credincioșii vin să vadă ceea ce cred că este lințoliul vechi de două mii de ani al lui Hristos, pânza infuzată cu un soi de ecou al divinității lui. Iar mulți alții merg la Torino să studieze ceea ce cred că este un ambițios fals medieval.

Majoritatea relicvelor pot să fie devoalate fără ca la mijloc să mai încapă vreun dubiu – ca acea bucată de piatră ponce, care, în mod evident, nu putea să fie creierul Sfântului Petru. Alte relicve intră în categoria celor care

nu pot să fie devoalate, ci doar dezbătute: cum este maxilarul unui episcop din secolul al IV-lea – Sfântul Nicolae. Niște cercetători de la Oxford au testat recent osul și afurisită să fiu dacă nu s-a dovedit a fi un maxilar uman din secolul al IV-lea e.n. (deși nu avem cum să știm cui i-a aparținut). Când sunt testate, majoritatea relicvelor fie *sunt* (cel puțin în ceea ce privește materialul, vârsta, originea regională sau alte proprietăți) ceea ce se spune că sunt, fie *nu sunt* ceea ce se spune că sunt.

Ceea ce face giulgiul atât de interesant este faptul că, spre deosebire de alte relicve, el s-a dovedit a fi aproape imposibil de autentificat sau *de devoalat* ca un fals, nu pentru că nu avem rezultate definitive, ci pentru că rezultatele definitive se contrazic permanent. Nici măcar vârsta materialului din care e făcut nu pare să fi fost identificată în mod concluziv. Deși încercări au fost multe: Giulgiul din Torino a fost examinat și testat de foarte multe ori, iar despre el s-au scris mai multe istorii decât despre oricare altă relicvă religioasă. Scepticii și adepții lui deopotrivă au folosit, secole de-a rândul, atât gândirea creativă, cât și gândirea critică, în încercarea de a-și demonstra, în mod definitiv, adevărul *lor*.

Deși giulgiul a fost testat din multe puncte de vedere, haideți să vorbim doar despre unul: vârsta lui. Cât de veche este țesătura din in?

În 1988, oamenii de știință au extras câteva fibre din giulgiu și au încercat să-i stabilească vechimea prin datarea cu radiocarbon. Ce înseamnă datarea cu radiocarbon? Mă bucur că ați întrebat. Radiocarbonul (sau C-14) este un izotop instabil și slab radioactiv al carbonului. Radiocarbonul se găsește în tot, fiindcă oxidarea rapidă îl transformă în CO_2, care e absorbit în ciclul global de carbon, unde este integrat în orice formă de viață pe bază de carbon. Ca rezultat, radiocarbonul e prezent în toate

formele de viață pe bază de carbon și în orice materie făcută din aceste forme de viață: hârtia din fața voastră, podeaua de lemn, mâncarea pe care o mâncați la prânz, linţoliul vostru...

Când aceste forme de viață pe bază de carbon mor, conținutul lor de radiocarbon instabil începe să se „descompună" într-un ritm specific, numit timp de înjumătățire. Datarea cu radiocarbon măsoară radioactivitatea reziduală – cu alte cuvinte, cât de mult radiocarbon a rămas în ceva – pentru a determina cu aproximație cu cât de mult timp în urmă forma de viață pe bază de carbon (de exemplu, planta de in din care s-a țesut pânza pentru un giulgiu) a murit și și-a început descompunerea radioactivă. Radiocarbonul e prezent în orice este organic și toți izotopii radioactivi au un timp de înjumătățire specific și determinat. Din acest motiv datarea cu radiocarbon este o metodă foarte precisă de a obține un răspuns foarte aproximativ.

Cercetătorii au trimis fibrele la laboratoare din Oxford, Zürich și Arizona, unde s-au făcut teste identice de datare cu radiocarbon, pe fibre separate. Rezultatele au fost concluzive și unanime: pânza data din perioada cuprinsă între 1260 și 1390 e.n.[26] Cu asta, problema a părut să fie rezolvată: Giulgiul din Torino era, în mod evident, o impresionantă păcăleală medievală.

Dar să nu ne grăbim!

În prezent, rezultatele testelor cu radiocarbon realizate în 1988 sunt puse sub semnul întrebării. Ele sunt disputate de un experiment nou, tot de nivel academic – ale cărui rezultate diferă cu circa 1 200 de ani. Testul mai recent, realizat de Giulio Fanti, profesor de măsurători mecanice și termice la Universitatea din Padova, din nordul Italiei, a utilizat o metodă diferită, dar la fel de riguros științifică, în încercarea de a determina vârsta giulgiului: o combinație de spectroscopie Raman și cu infraroșii[27].

Spectroscopia studiază interacțiunea dintre radiația electromagnetică și particule, cum ar fi moleculele și atomii. Lumina infraroșie este o formă de radiație electromagnetică de joasă frecvență, care poate să producă modificări într-un material. Spectroscopia Raman este o tehnică de analiză folosită pentru a obține o perspectivă detaliată asupra structurii chimice a unui material, o tehnică bazată pe interacțiunea dintre radiația electromagnetică și legăturile chimice ale materialului. Cu alte cuvinte, combinația de spectroscopie Raman și cu infraroșii măsoară interacțiunea unui obiect cu radiația electromagnetică. Fanti a utilizat fizica particulelor ca să vadă cât de mult au interacționat fibrele giulgiului cu lumina. Nu cu lumina vizibilă, fiindcă pe ea nu poți să te bazezi, ci cu *orice* tip de radiație electromagnetică. Concluzia? Fanti a stabilit că giulgiul e mult, mult mai vechi – datând din perioada cuprinsă între 280 î.e.n. și 220 e.n. Deci are aproape cu exactitate vârsta pe care se pretinde că o are.

Ca atare... s-ar putea ca giulgiul să fie autentic? Sau e doar o păcăleală *foarte* veche? Nu știu. Nu-mi pasă. Există un mister încă și mai incitant. Ambele, atât datarea cu carbon, cât și spectroscopia cu infraroșii sunt metode științifice serioase, deci cum pot să dea rezultate contradictorii?

O întrebare bună!

Iată și câteva răspunsuri bune: poate că o mostră a fost contaminată. Poate că fibrele testate au provenit dintr-o restaurare medievală mai nouă, dintr-o reparație a pânzei mult mai vechi, iar asta a afectat rezultatele. Poate că fibrele au fost supuse la un moment dat unei radiații naturale, ciudate. Poate că un tehnician laborant a dat cu oiștea-n gard. Poate că unul dintre teste a fost incorect realizat. Sau *poate că* noi nu înțelegem completamente amploarea domeniilor științifice pe care s-au bazat testele sau totalitatea a ceea ce înseamnă ele. Așa cum mi-a spus cândva un

profesor de matematică: dacă ai făcut calculele corect, iar rezultatul n-are nicio logică, atunci probabil că n-ai înțeles întrebarea.

Faptul că două teste științifice au dat rezultate complet diferite nici măcar nu e ceva surprinzător; chestia asta se întâmplă tot timpul. *Este surprinzător* cât de inacceptabilă e această disonanță pentru oameni. Or, asta spune ceva esențial despre *mitul adevărului singular* – și anume că el *este* un mit. Și încă unul „deosebit de universal".

Până acum am discutat, în principal, tema adevărului despre minciuni, dar acest mit – că există doar un adevăr, singular și imuabil – este, de fapt, *o minciună despre adevăr.*

Ideea că nu poate să existe decât un singur adevăr e adevărată, atât timp cât asta e adevărat – aserțiunea minciunii înseamnă și aserțiunea adevărului ei. Acesta nu e nimic mai altceva decât un silogism slab. Totuși noi, cu toții, lăsăm credința noastră în această minciună, în mitul adevărului singular, *să ne circumscrie totalitatea schemei mentale,* de la povestea pe care o spunem despre noi înșine, despre lume și despre restul oamenilor până la politicile noastre, până la credințele noastre și până la simțul egalității, al drepturilor și al libertăților noastre și până la rațiune și realitate – această minciună ne colorează reacțiile și sentimentele cu privire la tot ceea ce vedem și auzim.

E vorba despre o minciună amplă, reductivă, dar și periculoasă. Oare, de-a lungul istoriei, a existat ceva care să genereze mai multe războaie, revolte și suferințe decât credința netratabilă într-un *adevăr singular* și conflictul inevitabil determinat de *caracteristicile lui?*

Adevărul este că nu există un *singur* adevăr. „Adevărat" nu e un standard obiectiv, nu e o constantă universală, ca gravitația sau ca timpul. Și nici măcar astea nu sunt realmente obiective; și ele depind de perspectivă, care se schimbă în funcție de circumstanțe, de observații și de distanță.

Sigur că *realități obiective există... doar că sunt mult mai puține decât probabil că vă închipuiți.*

Însă realitățile nu sunt adevăruri, iar adevărurile nu se exclud reciproc. Ideea asta, că există doar adevărat și fals, real și contrafăcut, realități și minciuni – și certitudinea că un lucru nu poate să fie decât una sau alta –, se traduce printr-o fundamentală înțelegere greșită a sensului și a valorii ambelor. Adevărul despre *adevăr* e că el e chiar mai complicat și mai tulburător decât minciunile; și că adesea opusul unui adevăr profund nu este ceva fals, ci *un adevăr profund complet diferit.*

Chiar aflate în opoziție, două adevăruri conflictuale pot să fie totuși adevărate: un obiect poate să fie definitiv datat științific ca fiind vechi și de cinci sute de ani, și de două mii de ani. O bancnotă de 100 de dolari poate să fie o valoare legală și, simultan, o bucată de hârtie murdară. La fel cum o bancnotă *contrafăcută* de 100 de dolari poate să nu aibă nicio valoare sau poate să valoreze 100 de dolari. O lucrare de artă poate să fie un fals recunoscut, cu mare căutare, sau o copie scuzabilă făcută de un maestru.

Ca relicvă, Giulgiul din Torino este și autentic, și fals, este și o relicvă, și o păcăleală. Puține relicve și-au îndeplinit menirea atât de consecvent și de complet: să alimenteze credința și să potențeze convingerile anterioare... chiar și când credem în mai multe lucruri în același timp.

Biserica Catolică nu are o poziție oficială unică în ceea ce privește autenticitatea Giulgiului din Torino. Și nici nu are nevoie de una: în acest punct, atât adepții, cât și sceptricii cred mai mult decât oricând, atât doar că în adevăruri oarecum diferite (și conflictuale). De fiecare dată când autenticitatea giulgiului e „dovedită", adepții își reînnoiesc credința; de fiecare dată când autenticitatea lui e „negată", scepticilor li se reconfirmă triumful rațiunii asupra superstiției.

9

FII PE FAZĂ...

În sfârșit, suprema înșelătorie

„Adevărul este rareori pur și niciodată simplu."

OSCAR WILDE

„Până la urmă, totul e un gag."

CHARLIE CHAPLIN

SUPREMA ÎNȘELĂTORIE

„Suprema înșelătorie" e o escrocherie elaborată, care implică multiple persoane și țintește multiple persoane sau chiar instituții întregi. Spre deosebire de escrocheriile mărunte, aceasta nu are un rezultat imediat. Necesită o perioadă semnificativă, operatori și investiții. Schema aceasta elaborată, care trebuie să meargă ceas, implică multiple escrocherii mici, rulate simultan de operatori diferiți, aparent fără nicio legătură, dar care, ulterior, vor

împărți câștigul. „Suprema înșelătorie" e o operațiune deliberat complicată și care depinde enorm de două lucruri: în primul rând, trebuie să câștigi încrederea țintei, simultan ascunzând *amploarea* adevăratei escrocherii, și, în al doilea rând, trebuie să maschezi cu succes legăturile dintre evenimentele și ideile aparent fără legătură – în acest mod, reușind finalmente să pervertești modul în care ținta experimentează realitatea.

SĂNĂTATEA MINTALĂ E DOAR STATISTICĂ

Adevărul e un rezultat al consensului: cu toții cădem de acord în legătură cu ceea ce este sau nu acceptat ca adevărat. Aceasta este cea mai importantă, deși tacită, dintre clauzele contractului social. Dacă 99,9% dintre oameni cred că banii de hârtie au o valoare intrinsecă sau că *Mona Lisa* este neprețuită (și se află realmente în muzeul Luvru), atunci, din punct de vedere practic, nu contează dacă lucrurile astea sunt factual corecte: ele sunt acceptate ca fiind adevărate și astfel semnifică „realitatea, numele pe care îl dăm experienței comune"[1].

„Suprema înșelătorie" transformă într-o armă natura, comunitar dependentă, a adevărului și a minciunii din societatea umană. Ea se bazează nu doar pe prejudecata fundamentală conform căreia omul are încredere în propria percepție, în memoria și în judecata lui, ci se bazează și pe prejudecata evoluționistă, din cauza căreia omul crede că grupul din care face parte nu încearcă, *en masse*, să-i pervertească simțul realității.

Cu alte cuvinte: întrucât oamenii iau hotărâri comune în legătură cu ceea ce e sau nu adevărat, uneori comunitatea poate să te dea al naibii de tare peste cap – în mod deliberat. Asta e, de fapt, „suprema înșelătorie": efortul

orchestrat al unui grup de a perverti, de a manipula, de a modifica sau chiar de a nega experiența ta în ceea ce privește realitatea. Iar escrocheria asta e îngrijorător de eficientă.

De asemenea, după cum veți vedea, ea reprezintă și fundamentul întregii lumi.

STRĂINUL CARE-ȚI DĂ BOMBOANE

„Suprema înșelătorie" reprezintă chintesența escrocheriilor, nu doar pentru că apelează la atât de multe dintre escrocheriile separate și tehnicile individuale despre care am discutat până acum, ci și pentru că amploarea inducerii în eroare – nu atât dimensiunea unei minciuni anume, cât enormitatea relativă a subminării deliberate și coordonate a simțului adevărului și a încrederii în realitate – e atât de greu de înțeles, încât, chiar dacă ai reușit să depistezi frauda efectivă... probabil că tot n-ai crede în ea.

O „supremă înșelătorie" clasică implică măcar un incident aparent întâmplător (ceva ce ține de noroc sau de ghinion): de exemplu, o persoană din cale-afară de binevoitoare, pe care o întâlnești întâmplător, chiar la momentul potrivit. Adesea, această persoană îți câștigă încrederea arătându-ți că ești pe punctul de a fi înșelat – salvându-te, îți creează iluzia că e o persoană cinstită. Ăsta e „jocul Bunului Samaritean". Evident, în acest caz, tu extrapolezi o imagine de ansamblu a caracterului și moralității respectivei persoane, pornind de la un unic incident. Or, în acest caz, imaginea de ansamblu e incorectă. Apoi orice îți sugerează Bunul Samaritean sau orice individ îți recomandă vine cu un halou protector de credibilitate.

În realitate, Bunul Samaritean și escrocul de care te-a salvat sunt parteneri. Treaba Bunului Samaritean este să exploateze noua voastră prietenie și sentimentul tău de

încredere și să te ghideze pe calea predeterminată a escrocheriei celei mari. Oriunde te-ar duce Bunul Samaritean, orice sugestie ți-ar face, aparent în beneficiul tău, și cu oricine te-ai întâlni cât timp ești cu el, totul face parte din „suprema înșelătorie".

O micro-miniversiune a „supremei înșelătorii" se desfășoară în felul următor: intri într-un amanet sau într-o mică bijuterie, ca să cumperi, să zicem, un inel cu diamant. Acolo mai e încă o cumpărătoare oarecare, care studiază vitrinele (ea este Bunul Samaritean). Când te hotărăști asupra unei piese care-ți place și ceri s-o vezi, vânzătorul (complicele ei) scoate bijuteria și ți-o arată. Individul îți dă informațiile pe care te-ai aștepta să le primești înainte să cumperi un diamant, indiferent de ce calibru: îți vorbește despre culoare, tăietură, claritate, greutate în carate și poate să adauge chiar detalii cu privire la ceva care face piesa în cauză specială. Odată ce ți-a prezentat ce-ai ales și ți-a lăudat piesa, vânzătorul începe să negocieze prețul.

La un moment dat, în cursul tranzacției, femeia, adică Bunul Samaritean, începe să fie și ea atentă la explicații și devine tot mai agitată. Finalmente, izbucnește furioasă, ca să pună capăt tranzacției. Spre ușurarea ta, care imediat îi devii recunoscător, se dovedește că femeia e expert în diamante, astfel dându-și seama că individul încerca să-ți vândă o piatră falsă. Experta îl înfruntă, acuzându-l că vrea să te păcălească. Vânzătorul se înfurie și începe să se certe cu voi; e chiar posibil să vă dea afară pe amândoi.

Acum, firește, femeia ți-a câștigat atât încrederea, cât și recunoștința. A dobândit, de asemenea, și respectul tău – știe atâtea despre bijuterii – și, în timp ce, în mod conștient, începi să te bazezi pe experiența ei în domeniu, în mod *inconștient* începi să te bazezi și pe alte sugestii și opinii ale ei. Iar individa continuă să-ți vorbească despre bijuterii, demonstrând că are o mulțime de cunoștințe în domeniu,

până când o întrebi cum de știe atâtea pe subiect. Primești un răspuns foarte credibil: fie că ea sau familia ei lucrează în industria bijuteriilor, fie că știe pe cineva care a căzut victimă aceleiași înșelătorii. După ce mai vorbiți despre una-alta, ea îți spune (sau, și mai bine, *te determină s-o întrebi chiar tu*) că știe un comerciant de încredere. Evident! De fapt, magazinul e chiar după colț. Iar ea e bucuroasă să-ți dea numărul comerciantului.

Sau se oferă să te ducă chiar ea acolo – oricum trece prin fața magazinului.

Te conduce așadar la un alt magazin din apropiere și-ți dă impresia că e prietenă cu vânzătorul – impresie care, în mod inconștient, te determină să extinzi încrederea în ea și asupra comerciantului. Femeia îi povestește, pe un ton dezgustat, întâmplarea din celălalt magazin. Amândoi se lamentează din cauza tupeului acelui individ și te fac să crezi – tot inconștient – că toți sunteți în aceeași tabără. Nu mai trebuie spus că al doilea bijutier este cel de-al treilea complice și că intenționează să-ți vândă un fals – pentru o sumă foarte mare.

Odată ce vezi o piesă care-ți place, comerciantul îți oferă un preț avantajos – cel mai probabil fiindcă ai venit cu Bunul Samaritean, cu prietena lui. Dacă dai impresia că eziți, un al patrulea cumpărător/complice, care se uită și el prin magazin, remarcă potențiala ta achiziție și se entuziasmează – *Ce splendoare!* – și încearcă să cumpere el bijuteria, acum, că prețul a fost stabilit. Manevra e concepută ca să te motiveze și să te introducă în starea de competiție (astfel încât să nu mai gândești limpede). Competiția e menită să nască în tine teama de a nu pierde o oportunitate, să te împingă să faci achiziția – și poate chiar să ridice prețul – și, simultan, să te facă să fii sigur de valoarea diamantului în chestiune; dacă diamantul nu ar merita, atunci de ce al doilea cumpărător și l-ar dori atât de mult?

La un moment dat, în timpul tranzacției, se poate să apară și o a cincea persoană, un alt „cumpărător" sau, eventual, o cunoștință din domeniu a Bunului Samaritean, o persoană care demonstrează cunoștințe vaste în materie de bijuterii. Asta în vreme ce tu, separat, cântărești posibilitatea achiziției sau te lupți cu cel de-al doilea cumpărător, care încearcă să-ți „fure" piesa. Nici nu-ți dai seama când îi soliciți opinia noului venit. Care evident te asigură că investiția merită. Și de ce nu i-ai lua în considerare opinia? Nu doar că are cunoștințe în domeniu, dar a venit și cu garanția noii tale prietene, cea care joacă rolul Bunului Samaritean. În plus, această persoană nu e nici vânzător, nici un alt cumpărător – deci aparent nu are niciun interes în afacere.

Dacă ți s-a vândut un inel cu un diamant fals (la un preț aparent extraordinar de bun), tranzacția s-a încheiat, iar tu pleci fericit că ai obținut diamantul și că l-ai cumpărat la un preț atât de bun. Mai târziu însă, când vei afla că te-ai ales cu un fals ordinar, n-o să mai fii la fel de fericit – și nici nu vei mai găsi magazinul de unde l-ai cumpărat.

Alternativ, e posibil ca escrocii să meargă și mai departe: să-ți vândă un inel cu un diamant *autentic*, cu o valoare rezonabilă – dacă, de-acum, sunt convinși că ai fondurile necesare și ești și dispus să dai bani în plus pentru varianta „îmbunătățită". Te vor face să te simți ca un jucător pe mize mari sau ca un insider sau ca orice altceva care îți dă acces la inelele de clasă. Așa că escrocii îți vând un *diamant real* – cu o reducere reală. Dar, înainte să pleci, unul dintre noii tăi prieteni observă că una dintre gheruțele care susțin diamantul se mișcă puțin sau că e cam murdară. Plin de amabilitate, comerciantul se oferă s-o ducă în atelierul din spate, ca s-o fixeze ori s-o curețe – evident, pe gratis.

În fond, tocmai ai cheltuit o grămadă de bani pentru un inel de clasă.

Să nu te lași dus de nas: un bijutier n-are nevoie decât de câteva minute ca să scoată diamantul din montură și să-l schimbe cu un zirconiu cubic identic. Și (dacă nu ești expert în domeniu) nu te amăgi că poți să vezi diferența. În ambele scenarii, tu pleci din magazin cu o piatră falsă. Odată ce tu și diamantul tău fals ați dispărut, operatorii își împart banii la cinci.

Pentru clarificare: asta e cea mai scurtă versiune posibilă a „supremei înșelătorii".

Adesea, escrocheriile astea implică un număr mult mai mare de operatori individuali, care rulează, fiecare, mai mult de o escrocherie, pe parcursul unei perioade semnificativ mai lungi. Dar ați priceput ideea de bază. „Suprema înșelătorie" se ocupă cu manipularea percepției evenimentelor, a faptelor și a realității, în moduri pe care nu le sesizezi la momentul respectiv – sau, la modul ideal, niciodată –, astfel escrocii construind o realitate falsă, diferită, cu o structură elaborată, de care beneficiază doar ei.

ADEVĂRUL DESPRE DIAMANTE

Dacă tot suntem oarecum pe subiect: *diamantele în sine* s-ar putea să fie cea mai grozavă „supremă înșelătorie" din istoria modernă – o escrocherie care nu a fost rulată la scară micro! Sau, mai exact, *mitul* diamantelor e cea mai grozavă „supremă înșelătorie" din istorie, mitul care spune că diamantele sunt speciale și extrem de rare, că sunt prețioase și incredibil de valoroase. Mitul diamantelor care spune că întotdeauna ți-ai dorit și tu unul. Mitul care spune că doar când ai un diamant știi *că ești dorită.*

Dar asta e doar o poveste – care vi s-a spus de atât de multe ori, încât, între timp, ai uitat că ea n-a fost niciodată adevărată. Adevărul despre diamante e că ele nu sunt nici

rare și nici valoroase, ca obiecte în sine. Valoarea pe care o au a fost cultivată cu grijă în mintea consumatorilor pe parcursul ultimilor optzeci-nouăzeci de ani.

Odinioară, diamantele *au fost* într-adevăr rare... Asta cu peste un secol în urmă, când veneau, în majoritatea lor, din regiunea Golconda, din India. Pe vremea aceea întreaga producție de diamante din lume se reducea la doar câteva kilograme pe an. Dar asta se întâmpla înainte de Goana după Diamante din Africa de Sud, care a început în 1870, pe malurile râului Orange, și s-a încheiat... niciodată. Inițial, Goana după Diamante din Africa de Sud a părut autentică și similară Goanei după Aur – s-a crezut c-avea să producă o avalanșă bruscă de bani, dar că sursa avea să sece rapid. Atât doar că, după o sută și cincizeci de ani, Goana continuă încă, producând diamante în cantități calculate în tone metrice. Și, an după an, oamenii devin din ce în ce mai pricepuți la extracția de diamante.

Diamantele Golconda de odinioară erau aluviale – adică erau căutate și găsite la suprafață, în principal ele ieșind la iveală pe malurile râurilor, astfel că acțiunile miniere nu erau necesare. După ce oamenii au învățat cum să scoată diamante din adâncul pământului, s-a descoperit că astfel de pietre erau șocant de multe – și nu se găseau doar în Africa de Sud. Diamante sunt *peste tot*. Cea mai mare mină de diamante, care operează în prezent, mina Alrosa, se află în Rusia. Diamante de înaltă calitate se găsesc în posesia oamenilor (adică diamante tăiate, lustruite, în magazine, în seifuri și în cutii de bijuterii) în cantități mai mari decât v-ați putea imagina. Miliarde de carate!

Singurul motiv pentru care credeți că diamantele sunt rare – și deci prețioase – este că ați fost escrocați să credeți asta –, iar escrocheria asta durează de mult timp.

STANDARDUL DE AUR

O „supremă înșelătorie" de succes poate să dureze decenii de-a rândul, să implice milioane de oameni și, mai presus de orice, să fie fundamental înrădăcinată în realitatea noastră și în stilul nostru de viață. Cartelul de diamante De Beers a creat concepția modernă a romantismului, a inventat inelele de logodnă și industria nunților, totul ca să-și vândă pietrele – fiindcă la un moment dat și-a dat seama că avea prea multe. Această „supremă înșelătorie" este atât de reușită, încât nici nu vă dați seama c-ați fost escrocați.

În ultimele decenii ale secolului al XIX-lea, când lumea se aștepta ca Goana după Diamante să se stingă, un bărbat deosebit de neplăcut, numit Cecil Rhodes, a implorat, s-a împrumutat și a furat ca să preia controlul asupra majorității minelor de diamante din Africa de Sud. Pentru că n-a reușit să le obțină chiar pe toate, s-a unit cu un alt bărbat, pe nume Oppenheimer, cu care a fondat compania de diamante De Beers.

Acum, că dețineau 99% din minele de diamante din Africa de Sud, nu a durat mult până când cei doi și-au dat seama că, în loc să se bucure de pietrele lor prețioase, aveau să fie striviți de ele. Pur și simplu, producția de diamante era prea mare. Dacă lumea afla cât de multe astfel de pietre puteau să fie scoase din pământ, nimeni n-avea să le mai considere rare și prețioase, iar prețul avea să se prăbușească – pentru totdeauna.

Când deții întreaga piață a unui produs, să manipulezi prețurile e un gest mârșav – dar măcar mârșăvia e pe față. În schimb, De Beers a făcut altceva, ceva mult mai bizar: compania a mințit și a mințit în stil mare. Pur și simplu, vreme de zeci de ani, a mințit *întreaga lume* cu privire la dimensiunile producției de diamante (care, din ce în ce

mai mult, începuseră să fie extrase și din alte locuri din lume). Cu toate că an de an scoteau din ce în ce mai multe diamante, ele nu ieșeau pe piață – De Beers pretindea că *pur și simplu ele nu existau.*

Oppenheimer chiar a declarat că „bunul-simț ne spune că singura cale prin care putem să creștem valoarea diamantelor este să le facem să fie rare, adică să reducem producția". A fost o escrocherie la scară globală – care se derulează și azi. Manipularea deliberată a realității altora a fost îndrăzneață, bine executată și extrem de eficientă. Lumea a continuat să creadă că diamantele sunt rare și, în consecință, pietrele au continuat să se vândă la prețuri exorbitante.

Dar manevra asta, în sine, nu intră realmente în categoria „supremei înșelătorii", ci e, mai curând, o minciună de proporții. Ca să rulezi o „supremă înșelătorie" ai nevoie de mai mult de o minciună. Noroc că De Beers n-a intrat în pană de minciuni.

În perioada de început a „supremei înșelătorii" De Beers, diamantele și în special diamantele mici și albe nu erau la fel de apreciate ca alte pietre colorate. Prin urmare, De Beers, companie care devenise rapid ceva mai apropiat de un cartel, a angajat o agenție de publicitate, care *să vândă* ideea inelelor de logodnă cu diamante (care nu erau, nici ele, prea obișnuite) în întreaga lume occidentală – mai ales în rândul clasei de mijloc americane, a oamenilor care tocmai făcuseră ceva bani după cel de-al Doilea Război Mondial.

Împreună, De Beers și respectiva agenție de publicitate, N.W. Ayer, nu doar că au inventat un standard, inelul de logodnă cu diamant, ca instrument de marketing, dar au și pus la punct conceputul modern de romantism și de căsătorie, au introdus în societate plasarea de produse (în filme, în media, prin intermediul femeilor bogate și al starurilor de cinema), educația consumatorilor și testarea

pieței, simultan influențând cultura și moda și modelând industria mariajelor pentru totdeauna. Au convins nu doar generații de femei că inelul de logodnă cu diamant era singura metodă de a te logodi, dar și generații de bărbați că singura cale respectabilă de a cere în căsătorie o femeie era să-i ofere un inel cu diamant; au făcut din inelele cu diamante nu doar o necesitate economică, ci și *o necesitate socială.*

Și au făcut toate astea pe parcursul a aproape o sută de ani, doar ca să vândă niște geme care se găseau în cantități atât de mari, încât riscau să ajungă să fie considerate niște pietre semiprețioase foarte drăguțe, dar aproape lipsite de valoare.

Diamantele sunt o „supremă înșelăciune" de un extraordinar succes – succesul ei e atât de mare și atât de integrat în realitatea și în stilul nostru de viață, încât mergem prin această lume făcând presupuneri, făcând asociații, dorindu-ne și, dacă suntem norocoși, obținând această piatră atât de prețioasă, fără să ne dăm seama că totul e o escrocherie. Și, chiar dacă ne dăm seama, nu e obligatoriu să și credem în realitatea ei. Și mai ciudat încă: la fel ca în cazul oseminţelor Sfintei Rosalia, în același timp e posibil *să nici nu ne pese de realitatea ei.* Realitatea manufacturată (timp de o sută de ani) e atât de puternică, atât de răspândită și atât de... *acceptată,* încât a copleșit și *a suprascris* adevărul factual.

Iar la asta a contribuit faptul că, după ce am auzit minciuna, fiecare dintre noi *am și repetat-o,* rescriindu-ne perspectiva asupra adevărului și chiar încrederea în capacitatea noastră de a-l distinge. În fond, „mincinoșii încep să aibă mai puțină încredere în adevăr, după ce mint". Aceste câteva cuvinte – „mincinoșii încep să aibă mai puțină încredere în adevăr, după ce mint" –, deși exprimă o realitate pe care cu toții o cunoaștem, sunt de-a dreptul terifiante. Dar și fascinante: faptul că trebuie *să spui* o minciună ca să

experimentezi o modificare la nivelul credinței măcar sugerează că „adevărul" e – într-o anume măsură – performativ. Cel puțin pentru fiecare dintre noi, individual.

Legenda spune că diamantele sunt atât de valoroase pentru că sunt atât de rare și pentru că absolut toată lumea le dorește. Chestia e însă că, așa cum am arătat, diamantele *nu sunt* deosebit de rare, iar nouă doar *ni s-a spus* că ni le dorim. Totuși cumva ele își păstrează valoarea – și prețurile astronomice. Asta se întâmplă pentru că minciunile (de exemplu, *raritatea* diamantelor) se nasc dintr-o distorsionare a adevărului. Dar schema funcționează și în sens invers (de exemplu, *valoarea* diamantelor). Odată ce s-a atins masa critică, în ceea ce privește acceptarea unui „adevăr", nu doar că nu mai contează dacă acea realitate e, de fapt, o minciună – adesea ea *încetează să mai fie o minciună*.

Chiar îți dorești un diamant – iar diamantele *sunt* foarte scumpe.

REALITATEA RETROACTIVĂ

Dacă v-aș spune că puteți să credeți într-o minciună atât de intens, încât ea să capete o existență concretă – nu doar pentru voi înșivă, ca în cazul efectului placebo, ci și pentru toată lumea, de peste tot –, m-ați crede? Vă îndoiți, nu vă blamez... dar *chiar puteți*. Atât doar că nu puteți de unii singuri.

În lume există „supreme înșelătorii" și există „supreme înșelătorii" de lungă durată. Și apoi mai sunt și „supremele înșelătorii" care sunt operate pe o perioadă atât de mare și care sunt crezute de atât de multe generații, încât minciunile individuale sunt treptat uitate, iar povestea centrală se transformă în amintirile noastre, pe care le povestim ca realități.

Ca să transformi o minciună în adevăr, la scară mare, trucul e să construiești lent, strat după strat, lăsând să treacă suficient timp, astfel încât fiecare strat să devină înțelepciune acceptată. Cu fiecare strat nou, o altă minciună e mai întâi prezentată (diamantele sunt *rare*), apoi e crezută, apoi e acceptată ca evidentă și apoi e uitată la nivel conștient. Toată lumea știe că diamantele sunt rare – poate că nu vă mai amintiți când și unde ați auzit asta prima dată (aproape sigur nu vă mai amintiți), dar vă amintiți vag că credeți în ideea asta.

Pe stratul următor e introdusă o nouă minciună (diamantele sunt *foarte prețioase*), ea fiind bazată și indubitabil reafirmată de de-acum acceptatul adevăr al minciunii precedente. Informația cunoscută de toată lumea e inevitabil luată de bună și e rearanjată de colectivitatea umană într-o clasă de presupuneri axiomatice legate de „asta e realitatea".

Axiomă: toată lumea știe că diamantele sunt rare și foarte valoroase.

Urmează un alt strat: diamantele sunt *necesare*. Cu fiecare nouă minciună, stratul cumulativ de minciuni de dinainte funcționează ca fundație și îi dă noii minciuni forță. Asemenea fosilelor acumulate în noroi, fiecare strat se ridică pe *amintirea concretă a unei credințe* – care, la început, e la fel de fragilă ca o frunză veche de milioane de ani, dar, cu trecerea timpului, capătă duritatea pietrei.

Fiți atenți la următorul truc: diamantele erau valoroase (deci scumpe) când erau rare. Dar apoi n-au mai fost rare. Acum, de fapt, se găsesc peste tot, deci ar trebui să le facă ieftine. În loc de asta însă, diamantele sunt mai valoroase și *mai scumpe* ca niciodată, în baza ideii acceptate că sunt rare – raritate care e afirmată doar de prețurile exorbitante.

Fiecare minciună devine mai ușor de crezut pe măsură ce minciunile anterioare se cimentează în cunoașterea

colectivă. Așa a fost construită întreaga industrie a diamantelor: cu o minciună, apoi cu o altă minciună – fiecare bazându-se pe acceptarea precedentei, strat după strat, astfel încât industria să se asigure că produsul ei, diamantele, va fi mereu privit ca fiind rar, costisitor și absolut necesar.

Asta da escrocherie... Și așa, prin încrederea ta, ajungi să transformi o minciună în realitate.

Însă, după cum a spus Aldous Huxley, „realitatea nu încetează să existe doar pentru că e ignorată". O opinie validă – căci iată informația cea mai dură: diamantele nu sunt rare. Realitatea e că prețurile sunt stabilite artificial, că oferta e controlată artificial și că ideea că ai nevoie de un diamant e rezultatul a zeci de ani de condiționare socială și de analize țintite ale consumatorilor. Realitatea e că mitul diamantelor seamănă aproape până la identificare cu o operațiune de manipulare psihologică rulată de armată.

Astea sunt realitățile – cel puțin o parte dintre ele.

O altă realitate e că adevărul, fiind în mare măsură subiectiv, e plin cu minciuni – sau cel puțin cu păreri, percepții ori idei preconcepute. Adevărul e o chestiune de credință consensuală, nu de dovezi factuale – de asta, imediat ce ne dezvoltăm capacitatea de a crede, începem să mințim. Adevărul și realitatea pot să se suprapună uneori, dar nu sunt interdependente. Mult mai adesea, *minciunile* sunt construite – cărămidă cu cărămidă – din realități. În practică, e aproape imposibil să minți fără să apelezi la realități – iar minciunile cele mai reușite utilizează realitățile cele mai evidente, în cel mai convingător mod, pur și simplu prin rearanjarea sau recontextualizarea lor. Să pretinzi că realitățile sunt opusul minciunilor, nu elementele lor constructive, înseamnă că n-ai înțeles esența ecuației.

Mitul diamantelor e o „supremă înșelătorie" aproape perfectă: e o poveste, alcătuită din minciuni construite pe baza unor realități și, indiferent de scopul ei inițial, această

poveste spune un adevăr mai profund *despre* adevăr. Și anume că *realitatea se naște din consens*. Minciuna inițială, despre valoarea diamantelor, spusă și crezută de miliarde de persoane, *a devenit* reală, prin credință în masă și prin acceptare de-a lungul unei perioade lungi. Mitul diamantelor realmente *a manifestat adevărul prin proclamarea unei ficțiuni*. De Beers și-a spus povestea de atâtea ori, încât până la urmă a făcut-o să fie adevărată.

Noi am crezut povestea și – pur și simplu, *ca prin farmec* – ea a devenit adevărată! E clar că De Beers ne-a tras pe sfoară, dar pentru că escrocheria a fost rulată la scară epică, compania *a creat o realitate nouă, un adevăr nou,* pentru întreaga lume. Și, cu toate că adevărul acesta a fost la început minciună, prin credința maselor minciuna s-a transformat în realitate: diamantele sunt într-adevăr extrem de valoroase.

Dacă v-aș spune că puteți să credeți într-o minciună atât de intens, încât ea să capete o existență concretă, *acum m-ați crede*?

O MINCIUNĂ DESPRE O MINCIUNĂ

Companiei De Beers îi place să pretindă că „diamantele sunt pentru totdeauna". Presupun că se referă la hegemonia lor psihologică, pentru că gemele, în sine, cu siguranță nu sunt pentru totdeauna; orice diamant aflat deasupra pământului se transformă, încetul cu încetul, în grafit (mină de creion), când e expus la temperatura și la presiunea standard – asta e realitatea mea preferată în ceea ce privește diamantele. Pe de altă parte, dacă eu aș fi în locul celor de la De Beers... nu sunt sigură că aș miza nici pe ideea că hegemonia psihologică e pentru totdeauna – cel puțin nu în lumina celor mai recente „descoperiri".

Dacă adevărul e doar o poveste în care cu toții cădem de acord să credem, cât de mult poate să dureze adevărul?

Cea mai recentă versiune a „supremei înșelătorii" cu diamante implică sinteticele: diamante autentice, crescute în laborator. Pentru clarificare: sinteticele nu sunt simulanți, precum zirconiul cubic. Unul doar arată cam ca un diamant, celălalt *e* un diamant. Din punct de vedere fizic și chimic, sinteticul e identic cu un diamant perfect, natural. Singura diferență e că sinteticul e produs în laborator. În esență, e vorba despre aceeași diferență ca între a găsi o floare sălbatică în grădină și a planta o sămânță într-un ghiveci, pe care după aceea o aștepți să se dezvolte în aceeași floare.

Deci... diferența nu e mare, nu-i așa?!

Păi, depinde pe cine întrebi și de cât de implicată e persoana respectivă în comerțul cu diamante – financiar sau emoțional. Întotdeauna diamantele au însemnat mai mult poveste decât substanță, iar povestea sinteticelor a început să genereze fricțiuni. Până și existența lor e problematică, în sensul că destramă mitul.

Însăși fundația „supremei înșelătorii" (primul strat al minciunii) cu diamante e ideea că ele sunt extrem de rare. Dar treaba cu raritatea (oricât de fictivă e ea) se duce naibii odată ce începi să crești diamante în laborator. Următoarea afirmație din ideea de fundație e că fiecare diamant e unic și *special*. Afirmația asta devine însă și mai puțin adevărată decât era, dacă aceeași gemă poate să fie sintetizată iar și iar, cu precizia identicului. Finalmente, diamantele sunt prezentate într-o lumină romantică, spunându-se că sunt exotice, că vin din țări îndepărtate și din profunzimile pământului și ale timpului... dar ideea asta devine greu de vândut (sau de cumpărat) când diamantele vin din Palo Alto.

Ceea ce chiar se întâmplă. Noua industrie a diamantelor tech, a gemelor crescute în laborator, face industria

diamantelor tradiționale să-și piardă miza sau, cum se spune, să-și piardă „șistul"*. Reprezentanții industriei de diamante tradiționale spun că sunt furioși că diamantele crescute în laborator „inundă piața" – presupunându-se deci că prețurile celor naturale ar trebui să scadă. Asta ar putea să fie o plângere validă, dacă lucrurile chiar ar sta în felul ăsta. Dar nu stau. Reprezentanții în cauză sunt furioși din cauza a ceea ce ei pretind că este o „inducere în eroare deliberată a consumatorilor", o formulă juridică simplă, care se referă la prezentarea manipulativă pe care competitorul o face produsului său, astfel încât să-l ducă de nas pe consumator, dar fără să-l mintă explicit. Temerea este că nu se va mai putea face diferența între diamantele de mină (pe care, de puțin timp, ei insistă să le numim „diamante naturale" – o manevră de marketing foarte inteligentă) și diamantele sintetice sau, mai grav, că lumea se va convinge că *poate între cele două tipuri nici nu există vreo diferență.*

Și poate că nici nu există vreo diferență; în privința oricărui lucru, dar în special în privința diamantelor, ceea ce contează e povestea pe care o alegi.

Și, mai presus de orice, majoritatea celor din industria de diamante naturale sunt furioși din cauza felului în care gemele crescute în laborator le sunt prezentate oamenilor – ca, mă rog, *diamante.*

Probabil indivizii ăștia consideră că numai ei au dreptul să exploateze „suprema înșelătorie" la care trudesc de peste un secol.

Realitatea e asta: diamantele produse în laborator nu inundă piața în mod deosebit – cel puțin, nu sub formă de bijuterii cu diamante. În prezent, bijuteriile cu diamante crescute în laborator au o cotă de piață de cel mult 10% –

* Expresia asta e amuzantă, fiindcă „șistul" e o rocă (n.a.).

deși cota de piață se apropie de 20% în cazul diamantelor galbene, albastre și roz, fiindcă aceste culori sunt realmente rare și dificil de găsit în pământ, dar relativ ușor de crescut în laborator. Totuși diamantele sintetice inundă *o piață*, dar nu în forma în care avocații diamantelor naturale ar vrea să credeți.

Influxul de sintetice apare, cel mai adesea, sub formă de *pavé*-uri mititele. Care sunt mixate cu *melee*-uri: sacii cu diamante foarte mici produse de cei care taie gemele. Unii chiar ar putea să susțină că bucățelele acestea sunt introduse deliberat în sacii respectivi – mulți chiar au susținut asta. Situația nu e ideală, dar nici o problemă nouă nu e. Melee-urile au fost contaminate întotdeauna, într-o măsură mai mică sau mai mare – încă dinainte de apariția sinteticelor. Pe vremea aia, contaminarea lua forma altor pietre, cristale sau chiar zirconiu cubic. Aceasta este și a fost o metodă reprobabilă folosită de comercianții de melee-uri: cumpărătorului i se cere prețul pentru un pachet întreg, în condițiile în care din el lipsește un anume procent din diamante. Dar situația asta s-a transformat într-un scandal abia în 2018, când un pachet de melee-uri cu greutatea totală de 9,67 carate, s-a dovedit că nu conținea doar o mână sau două de falsuri (de orice tip, inclusiv sintetice), ci că înăuntru se aflau 1 092 de diamante sintetice și 9 falsuri neidentificabile – și doar un singur diamant natural, din 1 102 pietre tăiate[2].

Deci falsurile au fost în număr foarte mare – iar prețul a fost pe măsură. Dar manevra asta intră și în categoria *fraudei directe* – nu se mai poate spune că e o strategie de marketing a celor care cresc diamante în laborator.

Mai important, nu există nicio inducere deliberată în eroare a consumatorului, care să fie pusă în operă de producători, în domeniul bijuteriilor. Bijuteriile cu diamante crescute în laborator sunt foarte clar *promovate spre vânzare*

ca piese conținând diamante sintetice. Se vrea ca publicul să știe că piatra a fost crescută din laborator, nu minerită – în parte, întrucât ăsta e un punct de atracție pentru unele persoane. Mai exact, pentru clienți. Iar industria diamantelor din vechea gardă *știe* deja toate astea. Ceea ce-o sperie de fapt e strategia de publicitate și de PR care prezintă gemele crescute în laborator ca fiind exact la fel ca diamantele naturale (din punct de vedere chimic, așa și sunt), doar că *perfecte*. Ca să nu mai spunem că sunt *mai curate, mai verzi și mai etice* – întrucât poți să fii sigur că firmele care le cresc nu finanțează, nu provoacă și nici nu protejează tacit terorismul, cartelurile sau războaiele civile.

Povestea sinteticelor este, *în cel mai bun caz*, un adevăr selectiv și foarte mult înfrumusețat.

Dar, în fond, așa a fost și povestea originală a diamantelor „reale": s-a spus că erau rare, că erau cumva speciale sau mai bune decât alte pietre prețioase și, odată cu inventarea inelului de logodnă cu diamant, că erau cumva necesare, din punct de vedere social. Întotdeauna diamantele au însemnat mai mult marketing, însă prezentarea sinteticelor generează mai multă animozitate decât însăși existența lor. Ceea ce ar fi de înțeles, dacă noua poveste ar contrazice sau ar submina în vreun fel vechea poveste. Dar nu e cazul. Mitul care se țese chiar acum în legătură cu diamantele sintetice nu subminează în niciun fel mitul original al diamantelor. De fapt, *se bazează* pe el, e construit pe fundamentul lui – e un nou strat de credință arbitrară care cimentează minciunile anterioare.

E literalmente *o minciună despre o minciună**.

---

* Ceea ce mi se pare, dintr-un unghi pervers, încântător (n.a.).

CÂT DUREAZĂ O MINCIUNĂ?

În esență, „suprema înșelătorie" a diamantelor a devenit o păpușă rusească de credințe pe care nimeni nu-și amintește să le fi adoptat, iar acum include și gemele create de om, dar cumva „reale". La fel ca multiplele lor fațete sclipitoare, escrocheria cu diamante are atât de multe unghiuri, încât e aproape imposibil să i le numeri, darămite să le mai ții contabilitatea. Dar cât de multe dintre „avantajele" diamantelor sintetice sunt, pur și simplu, niște minciuni gogonate?

Haideți să analizăm situația și să ne lămurim!

Sinteticele sunt chiar diamante? Păi, dacă definim un diamant ca o formă de carbon pură sau aproape pură, care s-a cristalizat natural în sistemul izometric – un cristal alcătuit din atomi de carbon atât de strâns lipiți și supuși unei presiuni atât de mari, încât au „încremenit" într-o structură cubică tridimensională –, atunci, da, diamantele sintetice sunt chiar diamante. Singura diferență e că ele sunt crescute în laborator, într-un ritm destul de accelerat, nu în adâncul pământului. De asemenea, diamantele sintetice arată la fel ca diamantele naturale. Au aceeași structură chimică: sunt realmente diamante. Sunt diamantele sintetice realmente „mai curate" – adică mai clare, mai lipsite de culoare, mai consecvente în ceea ce privește lipsa de defecte interne și externe decât diamantele naturale? Din nefericire, cel puțin pentru compania De Beers, care susține de ani întregi că niciodată nu va face comerț cu sintetice, *da*! Diamantele sintetice sunt produse uniforme, manufacturate – nu sunt produse secundare ale naturii, unice, dar inevitabil defectuoase.

Așa că, da, sunt diamante adevărate – și sunt cu-adevărat frumoase.

Următoarea pretenție: diamantele crescute în laborator sunt mai etice? Poți să fii sigur că nu finanțează războaie, carteluri sau acțiuni teroriste? Nu știu – și oricine susține că știe asta cu siguranță cred că are prea multă încredere (în cel mai bun caz) în informațiile pe care le deține. E imposibil să fim siguri în privința acestui aspect, pentru că sinteticele nu se mai produc doar în Bay Area; azi, laboratoare în care se cresc diamante există în toată lumea. Majoritatea melee-urilor vin din Asia, iar unul dintre cei mai mari producători de diamante de laborator e o companie din Rusia. Habar n-am ce se întâmplă în Rusia... cu atât mai puțin ce fac rușii cu diamantele lor crescute în laborator.

În sfârșit, diamantele crescute în laborator sunt „verzi"? *Nici vorbă!* Asta e chiar o minciună sfruntată! Deși e adevărat că procesul lor de producție nu creează cratere uriașe, de dimensiunile unui oraș, așa cum se întâmplă în cazul mineritului tradițional, totuși, din punctul de vedere al protecției mediului, diamantele de laborator *nu* sunt cu mult superioare. Ele doar afectează mediul într-un alt mod; cantitatea de energie necesară pentru creșterea lor e atât de mare, încât sinteticele au în realitate *o amprentă de carbon mai mare, per carat,* decât diamantele naturale. Chiar anul trecut, organismul numit Federal Trade Commission a trimis scrisori de atenționare către opt companii americane care produc diamante sintetice, pe motiv că acestea folosesc termeni discutabili, dacă nu de-a dreptul înșelători, precum „eco-friendly"[3].

Așa că ultima pretenție, că diamantele sintetice sunt o alternativă verde, reprezintă o minciună sfruntată – deliberat inventată și testată ca instrument de marketing. O minciună la fel ca aceea originală, că diamantele sunt teribil de rare și sunt dorite de toată lumea. Puțin adevăr și o mulțime de minciuni, *totul fiind astfel conceput* încât

să răspundă specific diverselor dorințe conștiente sau inconștiente, tabuurilor și impulsurilor epocii.

Industria diamantelor sintetice îi face industriei diamantelor exact ceea ce industria diamantelor a făcut de la început, demonstrând evoluția continuă a canonului adevărului – ca să nu mai vorbim și de natura *foarte* arbitrară a minciunilor pe care cădem de acord să le transformăm în realitate. Dacă sau când mitul diamantului perfect, etic și „verde" va fi cunoscut și crezut pe scară suficient de mare, el nu va mai reprezenta ceva remarcabil – va fi doar o realitate acceptată, printr-un consens permanent schimbător.

Așa cum am discutat, odată ce credem într-o minciună simplă, ajunge să ne fie aproape imposibil să ne mai corectăm convingerea. Pur și simplu, așa funcționează creierul nostru. Minciunile obișnuite rezistă bine, dar o „supremă înșelătorie" e și mai greu de lepădat. În primul rând pentru că nu sesizăm minciuna: e de dimensiuni prea mari. Apoi nu putem să credem că *e* o minciună: e prea amplă. Iar când ajungem să ne dăm seama că e o minciună, ea nu mai e decât o minciună *privită retrospectiv* – ca banconota falsă de 100 de dolari pe care am cheltuit-o. Când ajungem să vedem minciuna, ea deja s-a transformat, datorită nouă, în adevăr.

Deci cât durează o minciună? Până când e înlocuită de o poveste mai bună și devine un alt fel de adevăr.

LĂCOMIA

Când De Beers a creat mitul diamantelor și a început să-și pună în operă „suprema înșelătorie", fără să vrea compania a creat și ceea ce noi numim industria diamantelor, care a avut un impact geopolitic incomensurabil

asupra a numeroase țări – mult dincolo de granițele Africii de Sud. Acest impact a fost impresionant, dar, dacă îl examinezi mai atent, el a fost și într-o anumită măsură corupt. De Beers a intrat, impunându-se ca „partener", în multe țări sărace, dar cu o mulțime de diamante aflate sub suprafața pământului, deci inaccesibile minerului de rând. Botswana este o astfel de țară. Ca teritoriu marcat de uscăciune, fără ieșire la mare și fără alte resurse naturale, Botswana a fost transformată de industria diamantelor dintr-una dintre cele mai sărace țări din Africa într-o economie de dimensiuni medii și de foarte mare succes. Purtătorii de cuvânt ai industriei vă vor spune că peste 80% din profiturile obținute din diamante rămân în Botswana și că „mare parte din aceste venituri sunt folosite în beneficiul cetățenilor, fiind investite în educație gratuită, în servicii medicale gratuite și într-o creștere a locurilor de muncă pentru localnici, care sunt angajați în industria diamantelor"[4].

Dar ați remarcat că purtătorii de cuvânt ai industriei nu specifică *în ce fel, exact*, acel procent de 80% din bani rămâne în țară? Nu spun asta, întrucât cea mai mare parte din profit nu intră în buzunarele cetățenilor din Botswana. Banii sunt reinvestiți pentru a face din Botswana o mașină de produs diamante din ce în ce mai bună. E adevărat, în țări ca Botswana, De Beers a creat orașe întregi, o industrie la scară mare și infrastructură (și locurile de muncă, sistemul educațional și de sănătate care vin la pachet), dar această dezvoltare a fost întotdeauna orientată spre favorizarea financiară a companiei De Beers. Dacă și când guvernele locale se plâng și încearcă să renegocieze termenii „parteneriatului" – ceea ce s-a și încercat de curând –, ele sunt făcute să înțeleagă că toată infrastructura și toate locurile de muncă ar putea să dispară peste noapte...

Și chiar ar putea, pentru că industria de diamante naturale are o problemă uriașă: un surplus de diamante

global și atât de substanțial, încât industria minieră diamantiferă, în valoare de 17 miliarde de dolari, a început să închidă mine din toată lumea, ca să reducă producția și să modifice din nou percepția, demonstrând în acest fel că vrea ca „suprema ei înșelătorie" să continue încă mult timp de-acum înainte. De ani întregi mine de diamante de pe întregul glob se tot închid – a fost închisă inclusiv mina Argyle, din Australia, o mină celebră pentru diamantele ei roz, roșii și violet. Motivul oficial care a fost invocat pentru închiderea exploatației Argyle, a companiei-mamă Rio Tinto, a fost acela că în pământ nu mai există suficient de multe diamante din acelea în culori extrem de rare, astfel încât eforturile să fie justificate[5]. În realitate, anul trecut mina Argyle a dat aproximativ 10% din întreaga producție mondială de diamante și aproape niciuna dintre pietre n-a avut culoarea roz. Vasta majoritate a gemelor, în greutate totală de zece până la cincisprezece milioane de carate, au fost albe sau maro. Închiderea minei Argyle este o încercare de a reduce producția de pietre comune, adică albe sau maro, deci e o încercare de a reduce dimensiunile diluviului și de a păstra piața pentru aceste geme, piață care se află în scădere.

Acest surplus de diamante e atât de îngrijorător, încât De Beers a anunțat că, în 2019, a redus producția de geme neprelucrate cu 11%. Asta după ce a constatat că – iată! – cererea de diamante brute s-a redus cu 53%[6] – iar De Beers e compania care, aproape tot secolul trecut, a mințit cu privire la incredibila raritate, în natură, a produsului ei. Acum, în schimb, a recunoscut că și-a redus producția. Vedeți? Toată lumea știe, nimănui nu-i pasă. La fel ca în cazul melee-urilor. Mă rog, mulți oameni știu; și mulți oameni nu știu – *fiindcă nu vor să știe*. Deși acestea nu sunt informații extraordinar de greu de obținut: poftim, eu le împart ca bomboanele de Halloween!

Dar situația asta aduce în prim-plan o întrebare interesantă: dacă tot mai mulți dintre noi știu lucrurile astea, atunci de ce diamantele naturale continuă să fie atât de scumpe? De ce mai au vreo valoare? Sunt la fel de comune precum carbonul, chiar și în absența competiției pe care le-o fac diamantele sintetice. Atunci de ce continuăm să credem în minciuna asta – chiar și după ce ni s-a demonstrat că e o minciună? Pentru că, pe lângă ciclul recursiv al credinței, pe lângă confirmarea credinței și acceptarea ei ca adevăr, în cazul „supremei înșelătorii", în acest ciclu există un element în plus de realitate iterativă care nu doar că ne modifică percepția, dar modifică inclusiv *adevărul în sine*, până când ajungem să nu mai credem o minciună.

Acesta e motivul pentru care unele minciuni durează la infinit, iar altele sunt doar repetate la infinit.

NU VĂ FACEȚI GRIJI ÎN PRIVINȚA DIAMANTELOR

Aleksandr Soljenițîn a scris că „tot ce adaugi la adevăr se scade din adevăr", dar e foarte posibil ca el să nu fi luat în considerare faptul că tot ceea ce alcătuiește adevărul a fost *deja* adăugat la adevăr. Noi creăm adevărul, la fel cum creăm minciunile; și apoi le distrugem pe ambele și le creăm din nou, refăcând realitatea perpetuu, după propria noastră imagine, care se schimbă mereu.

Nimic nu e întru totul real, nimic nu contează și totul e în regulă. Mai ales în cazul de față.

În 2018, The Federal Trade Commission a extins definiția diamantului. În această definiție sunt incluse acum și diamantele crescute în laborator. Deci, tehnic vorbind, nu mai suntem obligați ca acestora din urmă să le spunem sintetice. Or, *tocmai din acest motiv*, avocații diamantelor tradiționale insistă atât de mult să le numim

pe cele obținute din mine, nu din laboratoare, „diamante naturale". Când definiția a fost extinsă, regulile au fost inversate. Iar asta s-a întâmplat aproape imediat după ce De Beers a anunțat oficial, în fața unei industrii uluite, că își va lansa propria linie de bijuterii cu diamante sintetice: Lightbox. De asemenea, compania a precizat că țelul său, pentru 2020, era să realizeze 500 000 de carate de diamante sintetice albe, roz, albastre, galbene și poate și în alte câteva culori.

Evident că manevra asta a născut o mulțime de întrebări! De ce De Beers a schimbat macazul? De ce The Federal Trade Commission pedepsește această companie? Dar cea mai evidentă întrebare a fost: *cum?* Adică o astfel de întreprindere era ceva extraordinar: cum avea de gând De Beers să procedeze?

Misterul a fost elucidat după ce s-a aflat că „Element 6", unul dintre cei mai avansați producători de diamante sintetice din lume, este, de fapt, o companie subsidiară aflată complet în proprietatea De Beers. Deci în tot acel timp De Beers protestase și susținuse vehement că ea nu avea să comercializeze *niciodată* diamante sintetice – și, în realitate, oarecum *deja le comercializa*. Iar acum De Beers vrea să domine și piața diamantelor sintetice. Ceea ce, în mod convenabil, ne furnizează răspunsul și la întrebarea cu The Federal Trade Commission: acum definiția extinsă a diamantului nu mai pare ceva făcut *împotriva* De Beers, ci ceva făcut *pentru* De Beers.

Nu există niciun război teribil care se dă pentru diamante. Da, există un surplus, uriaș și economic periculos, de diamante naturale, dar acest surplus *a existat întotdeauna* – e doar o chestiune de dimensiune a perspectivei. Da, sinteticele vin – de fapt, sunt deja aici –, dar nu există nicio competiție reală pentru cucerirea inimilor și a minților. Nu există nicio competiție reală pentru cotele de

piață. Nu există nicio competiție *reală* pentru nimic, fiindcă toți sunt în competiție cu ei înșiși... literalmente. Disputa asta cu privire la diamantele sintetice nu e nimic mai mult decât un spectacol pentru proști; toată lumea parcurge pașii acelui proces iterativ prin care realități noi devin adevăr. Și dacă vi se pare că „jucătorii" trișează puțin, asta se întâmplă întrucât ei chiar trișează. Și trișează pentru că *pot*.

Diamantele sunt adevăr manifestat prin consens de masă și prin realitate recursivă la o scară atât de mare, încât înglobează întreaga lume. Mitologia lor e atât de adânc săpată în piatră încât *nu contează că știi că totul e o minciună – tot ești de acord s-o crezi*. Fiindcă, în acest punct, minciuna a devenit atât de fundamentală pentru adevărul tuturor celorlalți, încât povestea cu diamantele nu poate să eșueze – nimeni nu va permite asta.

FRAUDE PREA MARI CA SĂ EȘUEZE

Deși e posibil ca valoarea diamantelor să fie cea mai isteață „supremă înșelătorie" din istoria modernă, cea mai recentă escrocherie de acest fel e de găsit în miezul crizei financiare globale din 2007-2008 – și asta nu pentru că sistemul bancar în sine e, în realitate, o altă „supremă înșelătorie". Și nici măcar pentru că în Fort Knox *se poate să existe sau se poate să nu existe* o cantitate reală de aur, care să ne garanteze moneda – serios, asta e o întrebare la care nu există un răspuns definitiv. Criza financiară din 2008 surprinde perfect genul de subminare de amploare – cu multiple escrocherii și cu multipli operatori – a realității care reprezintă baza „supremei înșelătorii". Ea a reprezentat încarnarea trasului pe sfoară, nu doar datorită multiplelor trucuri care au fost implicate, ci mai ales datorită amplorii acțiunii de subminare deliberată și coordonată a simțului

adevărului și a încrederii – o amploare care depășește simpla minciună. Ideea e că, atunci când o „supremă înșelătorie" *are succes*, ea practic *schimbă lumea dimprejurul tău*, făcând ca minciuna să fie aproape imposibil de perceput, darămite de acceptat.

Dar asta se întâmplă *doar* când escrocheria asta are succes.

În materie de escrocherii, criza financiară din 2007-2008 ne învață multe și într-un alt sens; ea conține lecții esențiale despre adevăr, realitate, ficțiune și despre relațiile dintre ele. Cel mai important, încastrată în povestea ei e și o ilustrare nu doar a modului în care funcționează cu-adevărat „suprema înșelătorie", ci mai ales a ceea ce se întâmplă când o „supremă înșelătorie" pe termen foarte lung finalmente *eșuează*.

Ceea ce toată lumea își amintește în legătură cu criza financiară globală din 2008 este povestea în termeni generali: că băncile au dat faliment, ceva despre schimburile de împrumuturi ipotecare care au declanșat o criză și că apoi guvernul a pompat bani mulți în piață. Totul s-a întâmplat extrem de repede, a fost tulburător, la scară mare și a arătat o relație ciudată, de tipul „cauză și efect", între diverse domenii economice despre care foarte puține persoane își dăduseră seama că erau legate între ele. Oamenii și-au pierdut locurile de muncă. Și-au pierdut casele. Toată lumea s-a simțit trasă pe sfoară – pentru că realmente a fost. Iar majoritatea oamenilor au participat la escrocherie de bunăvoie, dar nimănui nu-i place să i se aducă aminte de asta.

Când întreaga piramidă s-a prăbușit, cu ea s-au prăbușit și economii întregi.

În capitolul 3 am discutat puțin despre piața imobiliară de la începutul anilor 2000, care a semănat foarte bine cu Goana după Aur: un deceniu de creștere economică susținută a făcut ca toată lumea să se simtă bogată. Peste

tot găseai bani și oportunități, ceea ce – dacă vă amintiți – are efectul neurologic al unor piedici morale. La fel ca în timpul Goanei după Aur, nu a fost greu ca oamenii să fie convinși să riște un pic, să înșele un pic și să creadă în scheme de îmbogățire rapidă – mai exact, în manevra prin care cumpărai o casă, o aranjai puțin și apoi o vindeai la loc, obținând un anume profit.

Cum valoarea proprietăților creștea, fără a da vreun semn c-avea să se oprească vreodată, iar ani de-a rândul dobânzile la împrumuturile ipotecare au rămas neobișnuit de mici, situația asta combinată a creat o piață irezistibilă, în care băncile dădeau împrumuturi (literalmente oricui), iar oamenii cumpărau o casă (sau cinci). O mulțime de bănci au aprobat numeroase împrumuturi ipotecare – atât celor care puteau să și le permită, cât și celor de la care nimeni nu se aștepta să-și achite ratele. Reamintiți-vă: asta a dus la apariția a două tipuri de împrumuturi ipotecare – cele cu dobândă primă și cele cu dobândă subprimă.

Toată lumea a presupus că valoarea proprietăților imobiliare avea să crească în continuare. Cumpărătorii credeau c-aveau să se îmbogățească din profiturile obținute cumpărând și revânzând case, iar băncile credeau că valoarea proprietăților nu putea să scadă la scară mare, astfel că nu doar că aveau să-și recupereze pierderile provenite din unele incapacități de plată inevitabile, dar aveau să și profite de valoarea umflată a proprietăților pentru care împrumuturile nu puteau să fie achitate. Achiziționând aceste pachete de împrumuturi ipotecare, investitorii bogați din străinătate se așteptau la profituri însemnate și la (presupuse) investiții cu risc mic.

Dar, după cum vă amintiți, lucrurile n-au stat deloc așa.

MINCIUNI DE BAZĂ

Criza financiară din 2008 sau, cel puțin, escrocheriile care au grăbit-o sunt explicit ilustrative. Iată cum s-au desfășurat lucrurile: mai întâi, revocarea, în anii 1990, a impunerilor legii Glass-Steagall le-a permis băncilor de investiții și băncilor comerciale (normale) să-și combine activitățile după bunul lor plac. Asta însemna că banii din contul tău de economii erau investiți în tranzacții de multe miliarde de dolari, în cealaltă parte a lumii – fără știrea și fără permisiunea ta. Dar, atâta vreme cât banii continuau să curgă, lumea nu a pus prea multe întrebări.

Între timp, obligațiunile cu garanții ipotecare originale, dezvoltate în anii 1970 ca instrumente financiare de investiții, începuseră să sufere mutații. O obligațiune cu garanție ipotecară, sau OGI, era (istoric vorbind) doar un teanc mare de ipoteci foarte sigure, din care oricine putea să dețină o parte. Oamenilor (și instituțiilor) le plăcea enorm să investească în OGI-uri, pentru că erau considerate a fi fără risc. Istoric vorbind, așa și fuseseră, întrucât, în timp, valoarea proprietăților imobiliare tinde să crească.

Dar asta era pe vremea când nu puteai să obții un credit ipotecar decât dacă nu riscai să intri în incapacitate de plată – cu alte cuvinte, dacă erai o persoană care își putea permite ipoteca și de la care banca se aștepta la achitarea împrumutului. Însă nu mulți oameni pot să fie considerați fără risc, deci nu multe astfel de credite puteau să fie acordate. Un număr finit de împrumuturi ipotecare înseamna un număr finit de OGI-uri.

Dar pe măsură ce valoarea proprietăților creștea, creștea și cererea globală pentru acest tip de produs. Așa că bancherii au devenit creativi: au generat o ofertă aproape infinită de OGI-uri, apelând la practica simplă, dar înșelătoare a combinării împrumuturilor cu dobânzi

prime și a celor cu dobânzi subprime. În esență, lungeau whisky-ul cu apă – o schemă doar marginal creativă. Apoi însă bancherii au creat un produs și mai riscant numit „obligațiuni cu garanții colaterale" sau OGC – un pachet de OGI-uri ori, mai bine spus, un superpachet de OGI-uri, alcătuit din multe pachete mai mici. Aceste așa-zise „derivate exotice" (echivalentul financiar al mostrelor false de aur din mâna lui Guzman) erau niște investiții foarte periculoase. Dacă valoarea proprietăților avea să scadă vreodată, pierderile uriașe aveau să fie inevitabile.

Ca să acopere cererea tot mai mare de OGI-uri, băncile au început să se implice și în practici de acordare de împrumuturi rapace, acordând credite unor oameni de la care nu puteai să te aștepți c-aveau să le achite: oameni cu istoric prost, cu venituri scăzute – mulți nici nu aveau slujbe fixe. Practicile de împrumuturi rapace implicau și acordarea de împrumuturi cu „dobândă atrăgătoare": o dobândă mică, ușor de plătit la început, dar care ulterior, după o perioadă, creștea – ceva asemănător cu povestea purcelului din sac care era, de fapt, o pisică.

Pentru că escrocheria asta bizară era atât de nouă, diversele agenții federale de evaluare a creditelor – a căror treabă era să verifice cât de sigur era un instrument financiar ca OGI-ul – nu aveau idee cum să evalueze un astfel de produs. Așa că s-au uitat la exemplele istorice de OGI-uri normale (nu „pudrate", darămite și „pudrate" și adunate într-un pachet), bazându-se pe evaluarea colectivă a generațiilor trecute, așa cum suntem programați să facem, și au declarat obligațiunile în cauză ca fiind niște investiții foarte sigure.

Vai!

Combinația de impuneri mai relaxate, de dobânzi mai scăzute și de ratinguri AAA a făcut ca valoarea proprietăților să crească și mai mult. Asta a dus la un sistem care creștea rapid, autoperpetuându-se, un sistem cunoscut

sub denumirea de The Giant Bubble: varianta economică a unei păcăleli la scară mare. Inițial, primii care au aflat de acest sistem au fost încântați, apoi încântarea s-a extins și i-a contaminat și pe alții, apoi toată lumea a vrut cu atâta îndârjire să creadă în acest sistem – apelând la o spectaculoasă etalare de argumente logice –, încât au început să găsească noi și noi motive pentru care să creadă ceea ce deja credeau. Bula a rămas intactă în virtutea credinței colective, chiar și când această credință a început să se desprindă din ce în ce mai mult de orice alt motiv în afară de credința în sistem și de credința colectivă – cam cum se întâmplă și în cazul unei piramide (v-am spus că piramidele sunt *peste tot*).

Cu alte cuvinte, toată lumea a crezut în escrocheria asta, fiindcă toată lumea a crezut în ea. Până când nimeni n-a mai crezut în ea.

În aceeași perioadă, pe piață mai exista încă un instrument foarte periculos: „acordul de schimb financiar" sau ASF. ASF era practic un pariu că bula n-avea să se spargă niciodată. Ce pariu grozav! Compania American International Group (AIG) le-a vândut ASF-uri în valoare de zeci de miliarde de dolari tuturor celor care erau dispuși să riște bani pe un pariu șocant de cretin. Și aici însă a funcționat aceeași mentalitate ca în perioada Goanei după Aur. De asemenea, după cum vă amintiți, lăcomia nu doar că îți retează genunchii moralmente, dar te lasă și handicapat intelectual (cel puțin temporar). Și pentru că tot am vorbit de mentalitatea Goanei după Aur, trebuie spus că bancherii care au vândut ASF-uri erau *atât de convinși* de succesul operațiunii, că nici măcar nu s-au mai obosit să țină și ceva cash la îndemână, ca să aibă cu ce să plătească, în cazul în care schema eșua.

În timp ce toată lumea investea în piața imobiliară americană, pachetele de OGI-uri se umpleau cu din ce în ce mai multe împrumuturi fără valoare, amestecate

deliberat cu câteva împrumuturi decente – ca o mină fără valoare pe care o „pudrezi" cu câteva diamante. Wall Street doar a făcut cu ochiul către această versiune evidentă a escrocheriei „minte-l și trage-i preșu'", în mare măsură fiindcă și bancherilor li se vânduse aceeași „minciună mare cât casa": că valoarea proprietăților nu putea să scadă. Așa că nimeni n-a asigurat nimic și toată lumea a acordat împrumuturi oricui și tuturor.

La sfatul diverșilor „guru" financiari, mulți dintre cei care luaseră împrumuturi au mai făcut un al doilea sau un al treilea credit ipotecar, ca să mai cumpere și alte proprietăți: case cumpărate ca să fie revândute, pentru obținerea unui profit rapid, sau păstrate suficient de mult timp încât să-și mărească valoarea și să fie folosite ca garanții pentru noi împrumuturi. În orice caz, s-au împrumutat bani ca să se cumpere proprietăți, iar acele proprietăți au fost folosite din nou ca să se cumpere alte proprietăți, care și ele au fost folosite pentru alte împrumuturi... Vi se pare că schema seamănă cu metoda de a câștiga bani rapid, despre care am vorbit anterior? Asta și e.

Un mic avans (pe care majoritatea nu puteau, de fapt, să și-l permită) s-a gonflat rapid într-o serie de proprietăți, fiecare garantată colateral de precedenta. Toate aceste scheme de câștig rapid au construit uriașe *piramide* de garanții colaterale, deținute de instituții bancare și de mari investitori din toată lumea. Iar oamenii au crezut, măcar parțial, în ele din cauza ratingurilor AAA eronate, acordate de agențiile federale care ar fi trebuit să verifice aceste operațiuni financiare.

Apoi bula s-a spart.

Oamenii n-au mai putut să-și plătească ratele, piața a fost inundată cu prea multe case, cumpărătorii au rămas prea puțini, iar asta a scăzut și mai mult valoarea proprietăților. Valoarea proprietăților a ajuns la minimum, tot mai mulți

oameni n-au mai putut să-și achite împrumuturile, care brusc au ajuns să fie mai mari decât valoarea caselor folosite ca garanții, iar băncile și investitorii care dețineau ASF-uri au fost nevoiți să înghită pierderile. Investitorii au încetat imediat să mai cumpere ASF-uri, iar băncile s-au trezit cu pierderi inimaginabile, imposibil de controlat.

De fapt, pierderile au fost atât de mari, încât, în 2007, marile instituții de creditare n-au mai fost capabile să le acopere și au trebuit să-și declare falimentul. Ceea ce au făcut și marile bănci. Altele au fost forțate să fuzioneze. Investitorii au rămas cu mâinile goale, pentru că hârtiile lor nu mai aveau acum nicio valoare. În acel punct s-a instalat panica: nimeni n-a mai acordat *nimănui* niciun credit, iar activitatea bancară s-a oprit. Bursa s-a prăbușit. Când banca Lehman Brothers s-a năruit, s-a descoperit nu doar promisiunea nefundamentată a acelor instrumente financiare, dar, încă și mai grav, că *banii nu fuseseră niciodată reali* – existaseră doar niște bucăți de hârtie – în acest caz obligațiuni, nu dolari – fără nicio valoare.

V-am promis că povestea crizei financiare globale din 2007-2008 o să fie importantă până la urmă, întrucât ea reprezintă o lecție rară cu privire la ce se întâmplă când o „supremă înșelătorie" de proporții colosale, de dimensiunile unei întregi civilizații, când o „supremă înșelătorie" de bază eșuează. În mod surprinzător, răspunsul la întrebarea „Ce se întâmplă după?" nu e nici „Dezastru!", nici „Toți au fost dibuiți și pedepsiți!", nici „Ruină totală!", ci răspunsul e „Absolut nimic!".

Nu se întâmplă nimic, pentru că o „supremă înșelătorie" de bază *nu eșuează. N-are cum.* Escrocheria e susținută cu orice preț (în cazul ăsta, cu peste 800 de miliarde de dolari), fiindcă, minciună sau nu, ea a devenit parte din fortificația societății. Unele minciuni devin atât de necesare, încât nu doar că evităm să le înfruntăm, dar ne și străduim din

răsputeri ca ele să nu fie expuse. Minciuna a devenit mult prea mare, dar și *prea reală* ca să mai eșueze.

Adevărul despre minciuni este că ele sunt complicate, derutante și încastrate în întregul sistem.

Dar cum rămâne cu minciunile distructive, cu cele care ne fac rău tuturor, pentru că le-am spus sau pentru că le-am ascultat sau pentru că le-am crezut? Adevărul despre *aceste* minciuni este că, la fel ca dungile și petele, la fel ca solzii și colții, ele continuă să existe fiindcă funcționează. Și cu asta argumentația se încheie – nu mai e nimic de adăugat, nu mai există nicio explicație mai profundă sau mai complicată. Ceea ce nu e deloc plăcut, așa cum nici colții nu sunt plăcuți. Dacă puteți, încercați să-i evitați! Dar când omul cade în capcana minciunilor – așa cum a căzut și va mai cădea –, asta nu înseamnă că omul e prost sau că e ceva în neregulă cu el. Din contră, înseamnă că totul la el funcționează conform designului original. Totuși cel mai adesea diferența dintre ceea ce e real și ceea ce nu e real este foarte mică – iar ideea că omul e capabil să discearnă întotdeauna această diferență e de-a dreptul absurdă.

Deci *poți să crezi* într-o minciună atât de intens, încât să-i dai o existență concretă? Da și nu. Doar pentru că tu crezi într-o minciună, ea nu se transformă în realitate. Realitatea este ceea ce continuă să existe, indiferent dacă tu crezi sau nu în ea. Însă, cu trecerea timpului, lucrurile găsesc o cale *să devină adevărate*. C-a fost vorba despre economia globală, care era considerată infailibilă, sau c-a fost vorba despre povestea sclipitoare a diamantelor, cu toții am crezut în minciunile astea, pentru că toți ceilalți au crezut în ele. Dar oare am crezut în ele suficient încât să le facem *reale*? Păi, definiți realul! Diamantele chiar costă cât costă. Casele chiar au fost cumpărate și vândute și construite, astfel generându-se trilioane de dolari. Iar, în final, întregul eșafodaj s-a prăbușit ca un castel din cărți de joc.

POSTFAȚĂ

MINCIUNI DESPRE ADEVĂR

„Toată viața trăiești atât de aproape de adevăr, încât el devine o pată permanentă în colțul ochiului. Apoi, când ceva îl împinge pe linia directă a vederii, e ca și cum ai fi atacat de un element grotesc."

TOM STOPPARD

Știți care e cea mai mare minciună dintre toate? Că există un unic adevăr absolut: că există o unică versiune reală a evenimentelor, un unic răspuns real la orice întrebare, o unică realitate obiectivă pe care cu toții o experimentăm și pe care cu toții ne-o amintim identic. Ideea asta pur și simplu nu e adevărată...

Dar e o ficțiune necesară; în absența acestei unice și uriașe minciuni fundamentale (în care cu toții am căzut de acord să credem) despre natura adevărului și fără capacitatea noastră fizică și cognitivă de a o evalua, nu am putea să funcționăm. Prin urmare, ne încredem în ochii, în simțurile, în amintirile noastre imperfecte (destul de creative) și în gonflatele noastre sisteme de logică și rațiune, ca să navigăm

printr-o realitate necunoscută și adesea imposibil a fi cunoscută – o realitate pe care o abordăm în mod colectiv și în care apoi cu toții cădem de acord să credem.

Adevărul e că abia dacă existăm în aceeași realitate ca restul semenilor. Şi că nu avem cum să știm ce e realitate sau adevăr pentru altcineva. Totuși, *coerența e o ficțiune necesară*. Trebuie să interacționăm unii cu alții și cu lumea, în general, și singura cale de a face asta este să cădem de acord să credem în anumite lucruri despre modul în care noi și ceilalți credem în anumite lucruri. Acceptăm să credem că memoria poate să fie falibilă, dar considerăm că, în esență, ea e ceva foarte simplu; acceptăm să credem că realitatea obiectivă există și că toată lumea o experimentează la fel; acceptăm să credem că adevărul e adevăr și că orice altceva e minciună.

Dar, în realitate, *adevărul* e cea mai puternică și mai persuasivă înșelătorie din câte există. Prin *adevăr* vreau să spun mitul adevărului singular: ideea că realitatea e adevăr și că adevărul e concret, cognoscibil și incompatibil cu alte realități contradictorii.

Adevărul este prima, cea mai puternică și *cea mai necesară* minciună pe care învățăm s-o spunem.

Starea de conștiență, așa cum o experimentăm, depinde de acea minciună primară. Fără conceptul de *adevăr, cu toții* am înnebuni. Nu am putea să funcționăm (darămite să interacționăm) fără credința deliberat împărtășită că realitatea e realitate (putem să nu fim de acord cu privire la ce e real) și că lucrurile sunt fie adevărate sau false, fie reale sau nu şi că *adevărul* e în mod cert cognoscibil. Civilizația se dezintegrează în absența credinței că acele observații și concluzii sunt universale. Realitatea trebuie să fie obiectivă.

Doar că nu întotdeauna şi e.

Și chiar și când realitatea *e* obiectivă, niciunul dintre noi nu o percepe așa cum e ea cu-adevărat; asta e doar realitatea percepției. Dar nici dacă am putea s-o percepem așa cum e ea, tot n-ar conta, pentru că nimeni nu-și amintește un lucru la fel ca altcineva. De fapt, *nimeni* nu-și amintește un lucru în același fel de două ori. De fiecare dată când îți amintești un eveniment, amintirea îți e distorsionată de nenumărați factori, inclusiv de amintirea reamintirilor anterioare ale acelei amintiri.

Mintea umană își amintește un eveniment, un gând, un sentiment o singură dată. Următoarea dată când invoci acea amintire, ceea ce îți amintești de fapt e doar amintirea anterioară. Următoarea dată când te gândești la acel eveniment, la acel gând sau la acel sentiment, nu mai ai acces decât la amintirea amintirii evenimentului, gândului sau sentimentului original și, de fiecare dată, suprascrii versiunea anterioară, fie chiar și foarte puțin.

Omul nu are acces decât la o unică și prețioasă experiență a amintirii. După aceea singura înregistrare care ne rămâne disponibilă spre consultare este o copie a unei copii a unei copii – toate mustind de erori de transcriere.

Realitatea noastră individuală e construită pe fundația unei percepții eronate, e întărită cu sugestii și așteptări, e tencuită cu prejudecăți și apoi e înfrumusețată prin consens. Apoi e reconstruită, iar și iar, și, cu fiecare reamintire, se mai modifică puțin. Ideea că pentru toată lumea poate să existe un unic adevăr – darămite pentru *un singur om* – e cea mai absurdă, cea mai revoltătoare și *cea mai necesară minciună din câte cunosc.*

Adevărul despre minciuni este că ele nu doar că sunt construite din nenumărate realități, dar mai și servesc adevărul.

NOTE

PARTEA I: MINCIUNI PE CARE NI LE SPUNEM UNII ALTORA

1. Robert Trivers, *The Folly of Fools: The Logic of Deceit and Self-Deception in Human Life* (Basic Books, 2011).

1. CEL MAI VECHI TRUC DIN LUME

1. Când ați văzut citatul, probabil că v-ați întrebat ce legătură are acest capitol cu Hitler. În esență, răspunsul e: nimic. Adolf Hitler e creditat pentru popularizarea termenului „marea minciună" în manifestul lui dement, *Mein Kampf*, din 1925. În acest volum, el a subliniat că „în marea minciună întotdeauna există o anume forță a credibilității", întrucât oamenii „nu vor să creadă că alții ar putea să aibă impertinența să distorsioneze adevărul într-o manieră atât de negativă". Hitler avea o perspectivă nuanțată asupra funcționării „marii minciuni", iar el cu siguranță era un foarte mare mincinos. Totuși Hitler nici nu a inventat, nici nu a identificat „marea minciună". În acest caz e vorba, literalmente, despre cel mai vechi truc din lume.
2. Maria Konnikova, *The Confidence Game, Why We Fall for It Every Time* (New York: Viking, 2016), 134-36.

3. Carl Sifakis, *Hoaxes and Scams: A Compendium of Deceptions, Ruses and Swindles* (New York: Facts On file, 1993), 21.
4. Ibid.
5. Konnikova, *Confidence Game*, 134-36.
6. Ibid.
7. Ibid.
8. S. Milgram, „Behavioral Study of Obedience", *Journal of Abnormal and Social Psychology* 67, 1963, 371-78.
9. Ibid.
10. Ibid.
11. Sifakis, *Hoaxes*, 211.
12. Konnikova, *Confidence Game*, 134-36.
13. A. M. Leslie, „Theory of Mind", *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences* (Elsevier, 2001).
14. David C. Geary, *Evolution of Vulnerability* (Elsevier Academic Press, 2015).
15. Marjorie Taylor, „A Theory of Mind Perspective on Social Cognition", *Perceptual and Cognitive Development* (Elsevier, 1996).
16. Gilbert King, „The Smoothest Con Man That Ever Lived", *Smithsonian Magazine*, 22 august 2012.
17. Gabriel Cohen, „For You, Half Price", *The New York Times*, 27 noiembrie 2005.
18. Sifakis, *Hoaxes*, 211.
19. Ibid.
20. Ibid.
21. Janet Christie, „Interview: Margaret Atwood on Her Novel *Madd-Addam*", *The Scotsman*, 1 septembrie 2013.
22. Todd Robbins, *The Modern Con Man: How to Get Something for Nothing* (New York: Bloomsbury, 2008).
23. Konnikova, *Confidence Game*, 134-36.
24. Philip Fernbach şi Steven Sloman, „Why We Believe Obvious Untruths", *The New York Times*, 3 martie 2017.
25. Konnikova, *Confidence Game*, 134-36.
26. Ibid.

2. STAI CU OCHII-N PATRU

1. Sifakis, *Hoaxes*, 242.
2. Jeff Smith, *Alias Soapy Smith: The Life and Death of a Scoundrel* (Juneau: Klondike Research, 2009).
3. Robbins, *Modern Con Man*, 85.
4. Sifakis, *Hoaxes*, 233.
5. Trivers, *Folly*, 7.

6. Ibid., 48.
7. Benjamin Libet et al., „Time of Conscious Intention to Act in Relation to Onset of Cerebral Activity (Readiness-Potential): The Unconscious Initiation of a Freely Voluntary Act", *Brain* 106, nr. 3 (septembrie 1983): 623-42.
8. David W. Green et al., *Cognitive Science: An Introduction* (Cambridge, Mass.: Blackwell, 1996).
9. Ibid.
10. Alex Stone, „The Science of Illusion", *The New York Times*, 22 iunie 2012.
11. Gustav Kuhn et al., „Misdirection in Magic: Implications for the Relationship Between Eye Gaze and Attention", *Visual Cognition* 16, nr. 2-3 (2008): 391-405.
12. Jonah Lehrer, „Magic and the Brain: Teller Reveals the Neuroscience of Illusion", *Wired*, 20 aprilie 2009.
13. Ibid.
14. Ibid.
15. D. J. Simons și C. F. Chabris, „Gorillas in Our Midst: Sustained Inattentional Blindness for Dynamic Events", *Perception* 28, nr. 9 (1999): 1059-74.
16. Ibid.
17. Daniel Simons, „But Did You See the Gorilla? The Problem with Inattentional Blindness", *Smithsonian Magazine*, septembrie 2012.
18. Ibid.
19. Ibid.
20. Ibid.
21. Robbins, *Modern Con Man*, 136.

3. NU TE LĂSA INDUS ÎN EROARE

1. Robert Wilson, „The Great Diamond Hoax of 1872", *Smithsonian Magazine*, iunie 2004.
2. Ibid.
3. Ibid.
4. Ibid.
5. „Editorial Panorama" (anexă), citat pagina 6, coloana 2, *Janesville Daily Gazette*, Janesville, Wisc. (Newspapers.com), 21 mai 1947.
6. Ibid.
7. Ibid.
8. Eric Grundhauser, „The $6 Billion Gold Mine That Wasn't There", *Atlas Obscura*, 21 august 2015.
9. Sam Ro, „BRE-X: Inside the $6 Billion Gold Fraud That Shocked the Mining Industry", *Business Insider*, 1 iulie 2012.

10. „Stranger Than Fiction: The Calgary Story That Became Hollywood Gold", *Calgary Herald*, 26 ianuarie 2017.
11. Grundhauser, „$6 Billion Gold Mine".
12. „Stranger Than Fiction".
13. Grundhauser, „$6 Billion Gold Mine".
14. Dan Healing, „Former Bre-X Minerals Chief Geologist Dies in the Philippines", *The Canadian Press*/AP, 28 octombrie 2019.
15. Kathleen D. Vohs, Nicole L. Mead și Miranda R. Goode, „Merely Activating the Concept of Money Changes Personal and Interpersonal Behavior", *Current Directions in Psychological Science*, 17, nr. 3 (2008): 208-12.
16. George Dvorsky, „Money Makes You Less Rational Than You Think", *Gizmodo*, noiembrie 2014.
17. Vohs, Mead și Goode, „Merely Activating the Concept".
18. Anandi Mani, et al., „Poverty Impedes Cognitive Function", *Science*, 30 august 2013: 976-80.
19. Diane Mapes, „Rich People Have No Idea What You Are Thinking", *NBC News*, 13 decembrie 2010.
20. Trivers, *Folly*, 21.
21. Danielle Polage, „Effects of Telling Lies on Belief in the Truth", *Europe's Journal of Psychology*, noiembrie 2017.
22. Matthew Hofer și Gary Scharnhorst, editori, *Oscar Wilde in America: The Interviews* (Urbana: University of Illinois Press), 2013.

4. SFINȚII ESCROCI

1. Carolyn Harris, „The Murder of Rasputin, 100 Years Later", *Smithsonian Magazine*, decembrie 2016.
2. Francis Welch, *Rasputin: A Short Life* (New York: Marble Arch Press, 2014).
3. Ibid.
4. Ibid.
5. Douglas Smith, *Rasputin: Faith, Power, and the Twilight of the Romanovs* (New York: Farrar, Straus and Giroux, 2016).
6. Welch, *Rasputin*.
7. Ibid.
8. Ibid.
9. Ibid.
10. Harris, „Murder".
11. Karen Abbott, „The Fox Sisters and the Rap on Spiritualism", *Smithsonian Magazine*, octombrie 2012.
12. Ibid.

13. James Randi și Bert Randolph Sugar, *Houdini: His Life and Art* (New York: Grosset and Dunlap, 1977).
14. Ibid.
15. Lauren Effron, Andrew Paparella și Jeca Taudte, „The Scandals That Brought Down the Bakkers, Once Among US's Most Famous Televangelists", *ABC News*, 20 decembrie 2019.
16. Effron, Paparella și Taudte, „Scandals".
17. Joseph Ledoux, *The Emotional Brain: The Mysterious Underpinnings of Emotional Life* (New York: Simon and Schuster, 2015), 245.
18. Tom Porter, „Joel Osteen: Televangelist Whose Church Closed During Hurricane Harvey Tells Victims Not to Have «Poor Me» Attitude", *Newsweek*, 4 septembrie 2017.
19. Jamie Peck, „A Houston Megachurch Shut Out Flood Victims. A Twitter Storm Opened It", *The Guardian*, 30 august 2017.
20. Porter.
21. Ibid.
22. Carolyn Harris, „The Murder of Rasputin, 100 Years Later", *Smithsonian Magazine*, decembrie 2016.

5. HAPUL CARE-ȚI STREPEZEȘTE DINȚII

1. Lakshmi Gandhi, „A History of «Snake Oil Salesmen»", *NPR Code Switch: Word Watch*, 26 august 2013.
2. Ibid.
3. C. M. Seifert, „The Continued Influence of Misinformation in Memory: What Makes a Correction Effective?", *Psychology of Learning and Motivation: Advances in Research and Theory* 41 (2002): 265-92.
4. Lydia Kang, *Quackery: A Brief History of the Worst Ways to Cure Everything* (New York: Workman Publishing, 2017).
5. Ghandi, „History".
6. Ibid.
7. Ibid.
8. Michael Specter, „The Power of Nothing", *The New Yorker*, 5 decembrie 2011.
9. Ibid.
10. Ibid.
11. Ibid.
12. Steve Silberman, „Placebos Are Getting More Effective. Drugmakers Are Desperate to Know Why", *Wired*, 24 august 2009.
13. Specter, „Power".
14. Ibid.
15. Silberman, „Placebos".

16. Specter, „Power".
17. Robert Anthony Siegel, „Why I Take Fake Pills", *Smithsonian Magazine*, mai 2017.
18. Silberman, „Placebos".
19. https://www.tribuneindia.com/news/archive/thought-for-the-day/drugs-are-a-bet-with-your-mind-jim-morrison-614527 (accesat 17 octombrie 2020)
20. Maria Konnikova, „Trump's Lies vs Your Brain", *Politico*, ianuarie/februarie 2017; Brian Resnik, „The Science Behind Why Fake News Is So Hard to Wipe Out", *Vox*, 31 octombrie 2017.
21. Erick Trickey, „Inside the Story of America's 19th Century Opiate Addiction", *Smithsonian Magazine*, 4 ianuarie 2018.
22. Ibid.
23. Ibid.
24. James Hamblin, „Why We Took the Cocaine Out of Soda", *The Atlantic*, ianuarie 2013.
25. Ibid.
26. Ibid.
27. Silberman, „Placebos".
28. Ibid.
29. Ibid.

6. CE BINE E ÎN VÂRF

1. Mary Darby, „In Ponzi We Trust", *Smithsonian Magazine*, decembrie 1998.
2. Ibid.
3. Ibid.
4. Konnikova, *Confidence Game*, 221.
5. Sifakis, *Hoaxes*, 177.
6. Konnikova, *Confidence Game*, 198.
7. Sifakis, *Hoaxes*, 177.
8. Ibid.
9. Konnikova, *Confidence Game*, 200.
10. Ibid.
11. Sifakis, *Hoaxes*, 177.
12. Konnikova, *Confidence Game*, 221-22.
13. Ibid, 215.
14. Ibid, 215.
15. Ibid, 221.
16. Ibid, 215.
17. Sifakis, *Hoaxes*, 177.

18. Ibid.
19. Konnikova, *Confidence Game*, 221.
20. Ibid, 223.
21. Sifakis, *Hoaxes*, 177.
22. Ibid.
23. Diana B. Henriques, „From Prison, Madoff Says Banks «Had to Know» of Fraud", *The New York Times*, 15 februarie 2011.
24. Ibid.
25. Ibid.
26. Ibid.
27. „Skin Care Products Maker Nu Skin Settles Class Action Suit", Reuters, 26 februarie 2016.
28. Frank Partnoy, „Is Herbalife a Pyramid Scheme?", *The Atlantic*, 19 iunie 2014.
29. Ibid.
30. Ibid.
31. Ibid.
32. Ibid.
33. Ibid.
34. Ibid.
35. Ibid.
36. Taylor, John M. *The Case (For and) Against Multi-Level Marketing* (Consumer Awareness Institute, Center for Inquiry, 2012), Capitolul 7.
37. Dan McCrum, „Bitcoin's Place in the Long History of Pyramid Schemes", *Financial Times*, 10 noiembrie 2015.
38. Ibid.
39. Ibid.
40. Tom Metcalf, „Wealthy Bankers Are Hoarding $10 Billion of Bitcoin in Bunkers", *Bloomberg*, 9 mai 2018.
41. Ibid.
42. Citate din H. L. Mencken. BrainyQuote.com, BrainyMedia Inc, 2020. https:/www.brainyquote.com/quotes/h_l_mencken_157545, accesat pe 5 septembrie 2020.

7. FAKE NEWS

1. Sifakis, *Hoaxes*, 25.
2. Ibid.
3. Ibid.
4. Sifakis, *Hoaxes*, 172-74.
5. Ibid.

6. A. Brad Schwartz, „The Infamous «War of the Worlds» Radio Broadcast Was a Magnificent Fluke", *Smithsonian Magazine*, 6 mai 2015.
7. Ibid.
8. Ibid.
9. Sifakis, *Hoaxes*, 172.
10. Ibid.
11. Ibid., 173-74.
12. Ibid., 174.
13. Ibid.
14. Ibid., 110.
15. Ibid.
16. Ibid.
17. Baizhu Chen, „Tear Down This Wall – The Chinese Tariff Wall", *Forbes*, 12 iulie 2012.
18. Sifakis, *Hoaxes*, 110.
19. Ibid.
20. H. L. Mencken, „A Neglected Anniversary", ETC: *A Review of General Semantics* 58, nr. 4 (2001): 420-24.
21. Ibid.
22. Ibid.
23. Sifakis, *Hoaxes*, 172.
24. Ibid.
25. Libby Nelson, „What a 1917 Prank About the History of the Bathtub Can Tell Us About Modern Hoaxes", *Vox*, 1 aprilie 2016.
26. Ibid.
27. Ibid.
28. Lynn Hasher, David Goldstein și Thomas Toppino, „Frequency and the Conference of Referential Validity", *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, 16 (1977): 107-12.
29. Seifert, „Continued Influence".
30. David Schiffman, „No, Mermaids Do Not Exist", *Slate*, 30 mai 2013.
31. Andrew David Thaler, „The Politics of Fake Documentaries", *Slate*, 31 august 2016.
32. Aaron Blake, „A New Study Suggests Fake News Might Have Won Donald Trump the 2016 Election", *The Washington Post*, 3 aprilie 2018.
33. Ibid.
34. Ibid.
35. Katie Langin, „Fake News Spreads Faster Than True News on Twitter – Thanks to People, Not Bots", *Science*, 8 martie 2018.
36. Ibid.
37. Ibid.
38. Ibid.
39. Ibid.

40. Ibid.
41. Schwartz, „The Infamous «War of the Worlds» Radio Broadcast".
42. Ibid.
43. Ibid.
44. Ibid.
45. Sifakis, *Hoaxes*.

8. CUM SĂ CÂȘTIGI UN BAN

1. Robert Hughes, „Brilliant, but Not for Real", *Time*, 24 iunie 2001.
2. Redmon Bacon, „The Ten Most Notorious Art Forgers of All Time", *Sleek*, 28 martie 2017.
3. Sifakis, *Hoaxes*, 182.
4. Ibid.
5. Bacon, „The Ten Most Notorious Art Forgers".
6. Sifakis, *Hoaxes*, 175.
7. Ibid.
8. Ibid.
9. Ibid.
10. Marko Perko, *Did You Know That...? „Revised and Expanded" Edition: Surprising-but-True Facts About History, Science, Invention, Geography, Origins, Art, Music, and More* (Open Road Distribution; Digital Original Edition, 22 august 2017).
11. Ibid.
12. Sifakis, *Hoaxes*, 183.
13. King, „Smoothest Con Man".
14. Sifakis, *Hoaxes*, 183.
15. Mark Jones, Paul Craddock și Nicholas Barker, *Fake? The Art of Deception* (Berkeley: University of California Press, 1990).
16. Ibid.
17. Ibid.
18. Ibid.
19. Ibid.
20. Sifakis, *Hoaxes*, 166-67.
21. Jones, Craddock și Barker, *Fake?*
22. Sifakis, *Hoaxes*, 235.
23. Rick Paulas, „The Weird and Fraudulent World of Catholic Relics", *Vice*, 4 martie 2015.
24. Ibid.
25. Ibid.
26. Frank Viviano, „Why Shroud of Turin's Secrets Continue to Elude Science", *National Geographic*, 17 aprilie 2015.

27. „How Did the Turin Shroud Get Its Image?", *BBC News Magazine*, 19 iunie 2015.

9. FII PE FAZĂ...

1. Tom Stoppard, *Rosencrantz and Guildenstern Are Dead* (New York: Grove Press, 2017).
2. „Melee Parcel Contains Just One Natural Stone", *Rapaport News*, 16 august 2018.
3. Barbara Lewis, „Mine Versus Lab: How Green Is Your Diamond?", *Reuters*, 2 mai 2019.
4. Anthony DeMarco, „New Film Details How Botswana Benefits from Diamonds", *Forbes*, 6 februarie 2020.
5. Paton, Elizabeth, „The World Has a Diamond Glut. Why Is That a Problem?", *The New York Times*, 16 august 2019.
6. Ibid.

BIBLIOGRAFIE

Ariely, Dan. *The (Honest) Truth About Dishonesty, How We Lie to Everyone – Especially Ourselves.* New York: Harper Perennial, 2012.

Cialdini, Robert B. *Influence: The Psychology of Persuasion.* Collins Business Essentials, 2007.

Crockett, Zachary, Rohin Dhar, și Alex Mayyasi. *Everything Is Bullshit.* Priceonomics, 2014.

Green, David W., et al. *Cognitive Science: An Introduction.* Cambridge, Mass.: Blackwell, 1996.

Kang, Lydia. *Quackery: A Brief History of the Worst Ways to Cure Everything.* New York: Workman Publishing, 2017.

Konnikova, Maria. *The Confidence Game: Why We Fall for It Every Time.* Viking, 2016.

Lehrer, Jonah. *How We Decide.* Boston: Houghton Mifflin Harcourt, 2009.

Maurer, David W. *The Big Con: The Story of the Confidence Man.* New York: Anchor Books, 1999.

Nash, Jay Robert. *Hustlers and Con Men: An Anecdotal History of the Confidence Man and His Games.* New York: M. Evans, 1976.

Pinker, Stephen. *How the Mind Works.* New York: W. W. Norton, 2009.

Raden, Aja. *Pietre prețioase.* București, Editura Baroque Books & Arts, 2017.

Robbins, Todd. *The Modern Con Man: How To Get Something for Nothing*. New York: Bloomsbury, 2008.

Sifakis, Carl. *Hoaxes and Scams: A Compendium of Deceptions, Ruses, and Swindles*. New York: Facts On File, 1993.

Smith, Douglas. *Rasputin: Faith, Power, and the Twilight of the Romanovs*. New York: Farrar, Straus and Giroux, 2016.

Trivers, Robert. *The Folly of Fools: The Logic of Deceit and Self-Deception in Human Life*. New York: Basic Books, 2011.

Weir, William. *History's Greatest Lies: The Startling Truth Behind World Events Our History Books Got Wrong*. Beverly, Mass: Fair Winds Press, 2009.

Welch, Francis. *Rasputin: A Short Life*. New York: Marble Arch Press, 2014.

CUPRINS

Introducere. Moneda de schimb a vieţii.....7

I.

Minciuni pe care ni le spunem unii altora
Percepţia, persuasiunea şi evoluţia înşelătoriei 13

1. Cel mai vechi truc din lume 18
2. Stai cu ochii-n patru.....53
3. Nu te lăsa indus în eroare.....83

II

Minciuni pe care ni le spunem nouă înşine
Credinţa, escrocheria şi caracterul ciudat al încrederii....117

4. Sfinţii escroci.....122
5. Hapul care-şi strepezeşte dinţii 159
6. Ce bine e în vârf 196

III.

Minciunile în care cu toţii cădem de acord să credem
Consensul, controlul şi iluzia adevărului 229

7. Fake News.....234
8. Cum să câștigi un ban.....263
9. Fii pe față.....295

Postfață. Minciuni despre adevăr.....330

Note.....333
Bibliografie.....343

„Când are cărți câștigătoare, omul trebuie întotdeauna să joace cinstit."

OSCAR WILDE

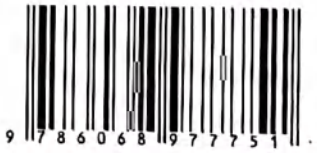
„PROSTIA COSTĂ. CU CÂT PROSTIA
E MAI MARE, CU ATÂT COSTĂ MAI MULT."
SHERRILL BROWN

Nouă tipuri de înșelătorii strălucite studiate din toate unghiurile: escrocii care le-au pus în operă, minciunile pe care le-au spus și capacitatea oamenilor de a le crede, dezvăluind mecanismele credulității și rolul permanent – și fundamental – pe care l-au jucat în istorie afacerile prea bune ca să fie adevărate.

Adevărul despre minciună și cele trei valențe ale sale: minciunile pe care ni le spunem unii altora, minciunile pe care ni le spunem nouă înșine și minciunile pe care cu toții cădem de acord să le credem, de la mincinosul cotidian la fraierul clasic.

Michelangelo, de la falsificator la geniu, mecanismele minciunii, evoluția înșelătoriei, mitul și iluzia adevărului, prejudecata de sinceritate și prostia vioaie, iuțeala minții, realitatea selectivă și manipularea imperfecțiunilor percepției.

ISBN 978-606-8977-75-1



www.baroquebooks.ro